


Universitat de Barcelona
Facultat de Biblioteconomia i Documentació
Grau d'Informació i Documentació

EL LECTOR INVISIBLE

PERFIL DELS PARTICIPANTS DELS CLUBS DE LECTURA VIRTUALS A ESPANYA

AGNÈS SANTAMARTA BENDICHO

Treball de Fi de Grau
Tutor: Lluís Agustí Ruiz
Curs 2018-2019



Agraeixo la col·laboració de tots els organitzadors i membres dels clubs de lectura virtuals que han participat en aquest estudi. Sense ells aquest treball no hauria estat possible.

Contingut

1. Introducció	5
2. Objectius.....	6
3. Metodologia	7
4. Base teòrica	11
4.1. Definició	11
4.2. Estat de la qüestió	13
5. Anàlisi de resultats	16
5.1. Els clubs de lectura virtuals espanyols	16
5.1.1. Dades bàsiques.....	16
5.1.2. Funcionament dels clubs.....	18
5.1.3. Plataformes virtuals	19
5.1.4. Accés i participació	20
5.2. Els participants dels clubs de lectura virtuals	23
5.2.1. Perfil sociodemogràfic.....	23
5.2.2. Motivacions i experiències prèvies	26
5.2.3. Participació.....	27
5.2.4. Valoració del club	30
6. Conclusions.....	32
7. Bibliografia	35
8. Annexos.....	37
A1. Models de formulari	37
A1.1. Formulari per participants	37
A1.2. Formulari per organitzadors	42
A2. Nombre de respostes i índexs de participació.....	48

Índex de taules

Totes les taules són d'elaboració pròpia

<i>Taula 1. Correus enviats i respostes rebudes.....</i>	<i>8</i>
<i>Taula 2. Clubs virtuals identificats.....</i>	<i>9</i>
<i>Taula 3. Distribució del nombre de participants.....</i>	<i>17</i>
<i>Taula 4. Clubs segons periodicitat.....</i>	<i>18</i>
<i>Taula 5. Clubs segons nombre de moderadors.....</i>	<i>18</i>
<i>Taula 6. Criteris de selecció de lectures.....</i>	<i>19</i>
<i>Taula 7. Nombre de participants segons la plataforma.....</i>	<i>20</i>
<i>Taula 8. Nombre de participants segons les restriccions d'accés.....</i>	<i>21</i>
<i>Taula 9. Edat dels participants en clubs presencials. Basada en Álvarez Álvarez, 2016.....</i>	<i>23</i>
<i>Taula 10. Nacionalitat dels participants.....</i>	<i>24</i>
<i>Taula 11. País de residència dels participants.....</i>	<i>24</i>
<i>Taula 12. Raons per participar al club virtual.....</i>	<i>26</i>
<i>Taula 13. Mètodes d'adquisició de lectures més populars segons tipus de club.....</i>	<i>30</i>
<i>Taula 14. Valoració dels clubs virtuals.....</i>	<i>30</i>
<i>Taula 15. Participants que repetirien l'experiència.....</i>	<i>31</i>
<i>Taula 16. Nombres de respostes i índexs de participació.....</i>	<i>48</i>

Índex de gràfics

Tots els gràfics són d'elaboració pròpia

<i>Gràfic 1. Entitats promotores dels clubs.....</i>	<i>16</i>
<i>Gràfic 2. Any de creació dels clubs.....</i>	<i>17</i>
<i>Gràfic 3. Temàtica dels clubs.....</i>	<i>18</i>
<i>Gràfic 4. Plataformes utilitzades.....</i>	<i>19</i>
<i>Gràfic 5. Clubs amb servei de xat.....</i>	<i>20</i>
<i>Gràfic 6. Restriccions d'accés al club.....</i>	<i>21</i>
<i>Gràfic 7. Percentatges de participació aproximats.....</i>	<i>22</i>
<i>Gràfic 8. Edat dels participants.....</i>	<i>23</i>
<i>Gràfic 9. Sexe dels participants.....</i>	<i>24</i>
<i>Gràfic 10. Nivell d'estudis dels participants.....</i>	<i>25</i>
<i>Gràfic 11. Llibres al mes llegits pels participants.....</i>	<i>26</i>
<i>Gràfic 12. Experiències prèvies dels participants.....</i>	<i>27</i>
<i>Gràfic 13. Antiguitat dels participants.....</i>	<i>28</i>
<i>Gràfic 14. Antiguitat dels participants (clubs 2014 o anteriors).....</i>	<i>28</i>
<i>Gràfic 15. Freqüències d'activitat dels participants.....</i>	<i>29</i>
<i>Gràfic 16. Mètodes d'adquisició de les lectures.....</i>	<i>29</i>
<i>Gràfic 17. Valoració dels elements del club.....</i>	<i>31</i>

Índex d' il·lustracions

Totes les il·lustracions són d'elaboració pròpia utilitzant *Formularios de Google*

<i>Il·lustració 1. Pàgina 1 de l'enquesta dels participants. E-mail amagat per qüestions de privacitat</i>	<i>37</i>
<i>Il·lustració 2. Pàgina 2 de l'enquesta dels participants</i>	<i>38</i>
<i>Il·lustració 3. Pàgina 3 de l'enquesta dels participants</i>	<i>39</i>
<i>Il·lustració 4. Pàgina 4 de l'enquesta dels participants</i>	<i>40</i>
<i>Il·lustració 5. Pàgina 5 de l'enquesta dels participants</i>	<i>41</i>
<i>Il·lustració 6. Pàgina 1 de l'enquesta dels organitzadors. E-mail amagat per qüestions de privacitat</i>	<i>42</i>
<i>Il·lustració 7. Pàgina 2 de l'enquesta dels organitzadors</i>	<i>43</i>
<i>Il·lustració 8. Pàgina 3 de l'enquesta dels organitzadors</i>	<i>44</i>
<i>Il·lustració 9. Pàgina 4 de l'enquesta dels organitzadors</i>	<i>45</i>
<i>Il·lustració 10. Pàgina 5 de l'enquesta dels organitzadors</i>	<i>46</i>
<i>Il·lustració 11. Pàgina 6 de l'enquesta dels organitzadors</i>	<i>47</i>

1. Introducció

El present treball és un estudi sobre els clubs de lectura virtuals d'Espanya i els seus participants. S'ha utilitzat la tècnica de l'enquesta per obtenir informació dels organitzadors i membres dels clubs, que posteriorment s'ha analitzat amb mètodes estadístics.

Els clubs de lectura són un dels serveis més eficaços i populars per a la promoció de la lectura. Han sigut degudament analitzats i estudiats en articles, llibres i congressos. Si se'n vol crear un de nou, és relativament fàcil trobar materials o professionals que proposin lectures i bones pràctiques. Però en els últims anys, els clubs de lectura han fet el salt a Internet, i ara ens trobem de nou en territori inexplorat.

Els professionals que administren els clubs de lectura virtuals han de confiar en el seu criteri a l'hora de prendre moltes decisions, perquè encara no existeix un model a seguir. Tot i que cada cop hi ha més documentació sobre la matèria, encara hi ha molta feina per fer.

És per això que s'ha realitzat aquest estudi. Hem volgut fer una aportació cobrint un aspecte que encara no s'havia tractat en profunditat: els participants dels clubs virtuals. També s'ha fet una anàlisi de la situació d'aquest tipus de clubs a Espanya, essencial per entendre el context actual. S'ha utilitzat l'enquesta i l'estadística per obtenir dades que puguin ser analitzades i comparades amb facilitat.

I és que la intenció és que els resultats d'aquest estudi siguin útils. Sobretot per als organitzadors dels clubs virtuals, tant dels existents com dels que es crearan en el futur. Les dades obtingudes podran ser utilitzades per fonamentar la presa de decisions a l'hora d'avaluar i dissenyar aquest tipus de serveis.

D'altra banda, aquesta recerca no només ha generat dades noves, sinó que també ha obert interrogants que assenyalen noves direccions per a estudis posteriors. Esperem que les conclusions a les quals hem arribat inspirin investigadors a treballar en aquest camp.

Aquest treball s'estructura en set apartats i inclou dos annexos. Els primers tres apartats corresponen a aquesta introducció, els objectius i la metodologia. La seva lectura permetrà comprendre el context, intencions i mètodes d'aquest estudi.

L'apartat 4 és la base teòrica del treball. Per una part, es reflexiona sobre la definició del concepte de *club de lectura virtual*, arribant a una definició pròpia. Per altra part, s'ha fet un estat de la qüestió valorant les aportacions de la bibliografia existent en aquest tema.

L'apartat 5 és el més important, ja que correspon a l'anàlisi dels resultats de les enquestes. És aquí on es comenten les respostes obtingudes, i gràcies a l'ús de taules i gràfics, s'ha dibuixat una imatge de la situació actual. Hem dividit aquesta anàlisi en les dades dels clubs virtuals i les dels participants.

Les conclusions es troben a l'apartat 6. En elles es condensen les troballes més interessants de l'anàlisi de resultats, i també s'assenyalen les incògnites que han sorgit d'aquesta investigació. Tanquen el treball la bibliografia i els annexos.

2. Objectius

L'objectiu principal d'aquest treball és conèixer el perfil dels participants dels clubs de lectura virtuals d'Espanya en l'actualitat, durant el curs 2018-2019. Per tant, es tracta d'un estudi descriptiu. La intenció és que els resultats ajudin a prendre decisions a l'hora de crear nous clubs virtuals, o de millorar-ne els existents. També creiem que les dades poden donar peu a més recerca en aquest camp, com comparatives o estudis de casos.

En concret, les dades dels participants en les que ens centrem són el perfil sociocultural, els hàbits lectors i de participació i la valoració que fan del club. Aquestes dades són recollides i tractades de forma estadística a fi de trobar relacions entre variables que ens aportin més informació.

Com a pas previ, és necessari localitzar tots els clubs de lectura virtuals en actiu en l'actualitat a Espanya. No tan sols per demanar la seva col·laboració, sinó perquè també permetrà veure quin és l'estat de la qüestió d'aquest servei en el nostre país.

Relacionat amb el punt anterior, també tenim com a objectiu secundari obtenir informació sobre el funcionament dels clubs de lectura virtuals col·laboradors per a poder aportar un context a les dades dels participants.

3. Metodologia

Per començar, s'ha fet una cerca bibliogràfica sobre el tema dels clubs de lectura virtuals. S'han utilitzat les expressions de cerca "club lectura virtual", "club lectura online" i "club lectura en línia". També s'han traduït aquestes expressions al castellà i a l'anglès, en aquest últim cas, utilitzant com a sinònim de club de lectura tant "book club" com "reading group". En algunes ocasions, si es donaven pocs o cap resultat, hem buscat només "club lectura" i hem fet una anàlisi intel·lectual dels resultats per veure si algun entrava dins de l'àmbit d'aquesta recerca. En les bases de dades que tenen un vocabulari controlat, s'ha buscat la matèria més adequada i s'ha utilitzat en la cerca. Per últim, s'han filtrat els resultats per l'any de publicació, de manera que hem obtingut els publicats a partir del 2008, és a dir, fins fa 10 anys.

En concret, la cerca s'ha fet a les següents bases de dades:

- **Copac**¹
- **DART-Europe E-theses Portal**²
- **Dialnet plus**³
- **e-LIS: e-prints in library & information science**⁴
- **Gestión del Repositorio Documental de la Universidad de Salamanca (GREDOS)**⁵
- **ÍNDICES CSIC**⁶
- **Library & Information Science Abstracts (LISA)**⁷
- **Networked Digital Library of Theses and Dissertations (NDLTD)**⁸
- **Scopus**⁹
- **Système Universitaire de Documentation (SUDOC)**¹⁰: en aquest cas s'han fet les cerques en francès, "club lecture virtuel" i "club lecture online".
- **Temaria: revistas digitales de biblioteconomía y documentación**¹¹: a part de les expressions de cerca ja comentades, es va cercar amb les matèries "fomento de la lectura" i "clubes de lectura".
- **Travesía: recursos digitales para la cooperación bibliotecaria**¹²: es va cercar amb la matèria "clubes de lectura".

¹ Copac. <<https://copac.jisc.ac.uk/>> [Consulta: 8 abril 2019].

² DART-Europe E-theses Portal. <<http://www.dart-europe.eu/basic-search.php>> [Consulta: 8 abril 2019].

³ Dialnet plus. <<https://dialnet.unirioja.es/>> [Consulta: 8 abril 2019].

⁴ e-LIS: e-prints in library & information science. <<http://eprints.rclis.org/>> [Consulta: 8 abril 2019].

⁵ Repositorio Documental GREDOS. <<https://gredos.usal.es/jspui>> [Consulta: 8 abril 2019].

⁶ ÍNDICES CSIC. <<https://indices.csic.es/>> [Consulta: 8 abril 2019].

⁷ Library & Information Science Abstracts (LISA). <<https://search-proquest-com.sire.ub.edu/lisa/advanced>> [Consulta: 8 abril 2019].

⁸ Networked Digital Library of Theses and Dissertations (NDLTD). <<http://www.ndltd.org/>> [Consulta: 8 abril 2019].

⁹ Scopus. <<https://www-scopus-com.sire.ub.edu/search/form.uri?display=basic>> [Consulta: 8 abril 2019].

¹⁰ Catalogue SUDOC. <<http://www.sudoc.abes.fr/xslt/DB=2.1/#>> [Consulta: 8 abril 2019].

¹¹ Temaria: revistas digitales de biblioteconomía y documentación. <<http://www.temaria.net/simple.php>> [Consulta: 8 abril 2019].

¹² Travesía: recursos digitales para la cooperación bibliotecaria. <<http://travesia.mcu.es/portaInb/jspui/index.jsp>> [Consulta: 8 abril 2019].

Alguns dels resultats obtinguts no han pogut ser consultats per no estar disponibles a les biblioteques a les quals es tenia accés, en concret, les del Consorci de Serveis Universitaris de Catalunya (CSUC), les biblioteques públiques de Catalunya i les Biblioteques Especialitzades de la Generalitat de Catalunya (BEG). Tot i això, han sigut una part molt petita dels resultats.

Un cop hem obtingut els resultats, s'ha fet cerca bibliogràfica inversa a través de les citacions dels documents més destacats. En aquest cas no hem tingut en compte la restricció de l'any de publicació.

Tota aquesta documentació ha servit per fonamentar la base teòrica del treball, corresponent a l'apartat 4.

Per localitzar els clubs de lectura virtuals d'Espanya, hem contactat els responsables de biblioteques de totes les comunitats autònomes i els directors de les biblioteques de totes les universitats de l'estat. Per trobar les dades de contacte, s'ha acudit als directoris del Ministerio de Cultura y Deporte del Gobierno de España¹³ i de REBIUN, la Red de Bibliotecas Universitarias Españolas¹⁴.

També s'ha fet una cerca a *Google* per trobar clubs pertanyents a altres institucions o privats. D'aquesta manera, també s'ha contactat la biblioteca de l'Instituto Cervantes, el *Diario de Navarra*, i la revista *ELLE España*. Addicionalment, s'han contactat cinc grups de la xarxa social *Goodreads*¹⁵, que funcionen com a clubs de lectura. Aquests cinc grups s'han seleccionat després de fer una cerca als grups de *Goodreads* utilitzant l'etiqueta "club-de-lectura". Els resultats de la cerca s'han filtrat manualment: hem escollit grups localitzats a Espanya i en actiu.

A tots aquests contactes se'ls ha demanat informació sobre l'existència de clubs de lectura virtuals, i en cas positiu, el contacte de les persones responsables d'aquests. En cas de no rebre resposta, s'ha tornat a enviar el missatge dos cops més, amb una setmana de diferència.

La taula 1 mostra el nombre de correus enviats i de respostes rebudes. Considerem que una resposta és positiva si l'entitat té un club de lectura virtual, i que és negativa si no el té.

Tipus d'entitat	Correus enviats	Respostes positives	Respostes negatives	No respostes
Comunitats i ciutats autònomes	19	7	10	2
Universitats	75	6	59	10
Grups de <i>Goodreads</i>	5	4	0	1
Altres	4	1	1	2
TOTAL	103	18	70	15

Taula 1. Correus enviats i respostes rebudes

Un cop fet això, s'ha contactat amb els responsables dels clubs de lectura virtuals, se'ls ha explicat l'objectiu d'aquest treball i la informació que volíem recopilar, i se'ls ha demanat la seva col·laboració.

¹³Ministerio de Cultura y Deporte. *Gestión de las Bibliotecas en las Comunidades Autónomas de España*. <<http://www.culturaydeporte.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/bibliotecas/informacion-general/gestion-autonomica.html>> [Consulta: 25 febrer 2019].

¹⁴ Red de Bibliotecas REBIUN. *Directorio de directores*. <<http://www.rebiun.org/directorio-de-directores>> [Consulta: 8 abril 2019].

¹⁵ *Goodreads*. <<https://www.goodreads.com/>> [Consulta: 8 abril 2019].

El nombre de clubs localitzats i de clubs que han acceptat participar en l'estudi es mostra a la taula 2. S'ha distingit el nombre d'entitats que tenen clubs perquè algunes comunitats autònomes tenen més d'un club.

Tipus d'entitat	Entitats amb club actiu	Clubs existents	Clubs que participen
Comunitats i ciutats autònomes	6	12	11
Universitats	6	6	6
Grups de <i>Goodreads</i>	4	4	4
Altres	2	2	1
TOTAL	18	24	22

Taula 2. Clubs virtuals identificats

Cal dir que algunes de les respostes negatives també han proporcionat informació interessant: quatre biblioteques universitàries i dues de públiques han mencionat que disposen de clubs de lectura semipresencials, és a dir, tot i que tenen reunions presencials, també s'accepta la participació virtual. A més d'aquests clubs que es denominen a ells mateixos semipresencials, se'ns ha informat de molts clubs presencials que disposen de blog on accepten comentaris. I com a mínim dues de les biblioteques universitàries disposen de blogs de promoció lectora.

Per últim, algunes entitats han explicat que tot i que ara no tenen un club virtual en actiu, sí que n'havien tingut algun en el passat. És el cas de la Universidad de Alcalá, la Universidad Francisco de Vitoria i el *Diario de Navarra*.

Per recopilar les dades, s'ha decidit l'ús de dos models de formularis. El primer està adreçat als organitzadors o moderadors dels clubs, i es pregunta sobre el funcionament del club. L'altre és pels participants dels clubs, i es recull la relació que tenen amb el club, els hàbits lectors i de participació, la valoració del club i dades sociodemogràfiques bàsiques. Els models dels dos formularis es poden consultar a l'annex A1 d'aquest treball.

Per dissenyar les preguntes i els formularis, s'ha consultat un manual sobre l'ús d'enquestes en la recerca social (de Vaus, 2014) i s'han enviat els prototips a voluntaris per a la seva valoració. Per escollir i dissenyar els indicadors, s'ha pres com a referència els estudis de l'Instituto Nacional de Estadística¹⁶ i l'estudi d'hàbits lectors i de compra de llibre de la Federación de Gremios de Editores de España (CONECTA, 2018).

Els formularis s'han creat amb *Formularios de Google*¹⁷, i s'ha enviat l'enllaç d'accés als organitzadors dels clubs de lectura virtual. S'ha decidit que siguin els organitzadors els que facin arribar l'enllaç als participants per tal de garantir la protecció de les seves dades personals. Per tal de discernir a quin club pertany cada participant, s'ha fet una còpia del seu model de formulari per a cada club virtual.

Després de sis setmanes, s'han tancat els formularis i no s'han admès més respostes. En aquell moment s'han extret les taules de dades amb les respostes dels participants, creades automàticament per *Formularios de Google*. En total, s'han generat 14 taules de les respostes dels participants i una amb les respostes dels organitzadors.

Amb la informació extreta, el primer que s'ha fet és comptabilitzar les respostes de cada club i calcular l'índex de participació. Dels 22 clubs contactats, s'ha rebut la resposta de 18

¹⁶ Instituto Nacional de Estadística. <<https://www.ine.es/>> [Consulta: 8 abril 2019].

¹⁷ Formularios de Google. <<https://docs.google.com/forms/u/0/>> [Consulta: 8 abril 2019].

organitzadors de clubs, i de 169 participants de 16 clubs diferents. Per tant, hi ha hagut dos clubs dels quals només tenim les respostes dels organitzadors, i quatre clubs que no han respost cap dels formularis.

L'índex de participació s'ha calculat dividint el nombre de respostes pel nombre total de participants de cada club (dada proporcionada pels organitzadors). Aquesta dada s'ha calculat per a cada club, així com el total, que ha resultat ser del 0,06%. És una xifra molt baixa, però és degut a una dada atípica en el nombre de participants d'un dels clubs. En concret, el club de *Quelibroleo*¹⁸, que utilitza *Facebook* com a plataforma, té 267.600 membres dels quals només quatre han respost el formulari. Aquest nombre de participants és 80 vegades superior a la de la resta de clubs junts, i ha dominat el càlcul. Si excloem aquest club, l'índex seria de 5,29%.

Individualment, hi ha hagut clubs amb un índex de resposta molt baix (el mínim és el 0,01% de *Quelibroleo*) i d'altres amb xifres més altes, sent el valor màxim un 72,22%. En resum, la mitjana de la participació dels clubs és d'un 17,46% amb una desviació estàndard del 0,21. El detall de la participació dels clubs es pot consultar a la taula de l'annex A2.

No considerem que aquests 169 membres de clubs que han respost siguin una mostra representativa de tot aquest col·lectiu. La principal raó és el mètode de selecció dels participants utilitzat, ja que podien participar de forma voluntària i no s'ha aplicat cap tècnica de mostreig.

Per tant, en aquest treball no es pretén extrapol·lar els resultats a tot el conjunt de participants de clubs de lectures virtuals, sinó que es tractaran aquests 169 enquestats com a la població objectiu de l'estudi. Tenint en compte la poca informació prèvia existent sobre aquest tema, creiem que els resultats poden servir com a punt de referència per a posterior recerca.

Un cop aclarits aquests punts, s'han preparat les dades per a l'anàlisi. Les respostes dels participants s'han agrupat en una sola taula (amb una variable per indicar el club de procedència). Seguidament, tant en la taula dels participants com en les dels organitzadors, s'han codificat totes les variables i respostes per facilitar el seu processament i comprensió. Tots els codis utilitzats han sigut registrats per facilitar la seva consulta. Durant aquest procés de codificació, s'han creat categories a partir de les respostes donades per obtenir resultats més significatius.

Després d'aquesta preparació, s'ha avaluat quina era la forma més pertinent de tractar cada variable per obtenir informació nova, útil i comprensible. El resultat d'això són les explicacions, taules i gràfics de l'apartat 5.

¹⁸ *Quelibroleo*. <<http://quelibroleo.com/>> [Consulta: 20 maig 2019].

4. Base teòrica

4.1. Definició

Primerament, caldria definir a què fem referència quan parlem de clubs de lectura virtuals. Això és especialment important tenint en compte que la bibliografia anomena aquesta activitat de diverses maneres: *club de lectura virtual*, *club de lectura en línia*, *club de lectura online* i *club de lectura al núvol* són les més freqüents. L'ordre dels factors també es pot veure alterat i no és estrany trobar tant *clubs online de lectura* com *clubs de lectura online*.

Per coherència, en aquest treball utilitzarem l'expressió *clubs de lectura virtuals*, *clubs virtuals* o simplement *clubs*, en les situacions en les quals el context eviti confusions.

A l'*Online Dictionary for Library and Information Science* (ODLIS) defineixen els clubs de lectura virtuals de la següent manera:

A group of readers who select a book on a regular basis and exchange comments about it via an online mailing list or Web blog (example: BookTalk.org). The advantages are no set meeting times, relative anonymity, and accessibility to readers unable to travel. The disadvantages are lack of face-to-face interaction and slower communications (Reitz 2013).

Tot i que els avantatges i inconvenients donen pistes de les característiques d'aquest tipus de clubs, aquesta definició no és del tot completa. Analitzarem la definició punt per punt per explicar la raó.

Òbviament, a la base de la definició de club de lectura virtual trobem la definició de club de lectura. Això és així perquè un club de lectura virtual és un tipus de club de lectura, per tant, el que el caracteritza són les diferències amb els altres tipus de clubs de lectura.

Al llibre *Clubes de lectura: obra en movimiento*, Óscar Carreño (2014) fa una definició de club de lectura d'estil literari: "Y en el principio hubo un encuentro regular de lectores que, guiados por un conductor, se reunían para debatir sobre un libro que previamente habían leído". Per tant, estableix com a elements bàsics el lector, el conductor i el llibre. En aquest sentit a la definició d'ODLIS trobem a faltar la menció del conductor. D'altra banda, es pot argumentar que el conductor, tot i ser un element comú, no és essencial ni definitori dels clubs de lectura. Seguint aquesta línia de pensament, Rosa García Perea (García Perea, 2018) no els inclou a la seva definició quan escriu el seu *Manual del club de lectura*: "un club de lectura es algo tan simple pero tan mágico como un grupo de personas que se reúnen para compartir sus sensaciones después de la lectura individual de la misma obra".

El que més invalida la definició d'ODLIS és la limitació dels mitjans de comunicació utilitzats en els clubs virtuals a llistes de distribució i blogs. No es tracta només d'una mostra molt petita, sinó també desfasada, perquè com veurem quan parlem dels clubs virtuals d'Espanya en l'actualitat, no n'hi ha cap que utilitzi llistes de distribució.

Cal incidir en aquest punt perquè és el més important per definir els clubs virtuals. El que diferencia els clubs virtuals de la resta de clubs de lectura és el mitjà de comunicació utilitzat. Com diu Carreño (2014), "el club de lectura será, pues, un acto comunicativo alrededor de una

lectura conjunta y como en todo acto comunicativo el desarrollo de las tecnologías de la información y comunicación plantea un nuevo marco que aumenta exponencialmente sus posibilidades”(Carreño, 2014). Aquest augment exponencial de les opcions comunicatives ens fa arribar a la conclusió que no té cap sentit nomenar les plataformes o tecnologies concretes utilitzades en els clubs virtuals. Hem de fer referència al comú denominador: una comunicació no presencial a través d’Internet.

Però fins a quin punt s’utilitza aquesta tecnologia? Els autors de l’article “Conversando en la nube: cómo organizar un club de lectura virtual” fan algunes distincions interessants. Es parla de tres tipus de clubs de lectura que utilitzen aquesta comunicació no presencial (Moreno Mulas, García-Rodríguez, & Gómez-Díaz, 2017):

- els *clubs semivirtuals*, que són els clubs de lectura presencials que complementen les seves sessions amb altres mètodes de comunicació com blogs o xarxes socials;
- els *clubs de lectura virtuals*, els quals basen la seva activitat a Internet;
- i els *clubs de lectura al núvol*, que tenen totes les característiques dels virtuals però que a més permeten accedir i interaccionar amb les lectures en línia. Per tant, són una subcategoria dels clubs de lectura virtuals.

I encara podem trobar una altra manera de classificar els clubs de lectura virtual. José Ulises Ferrándiz Soriano (2013) parla de dos tipus de clubs virtuals: els que es basen en la participació textual asíncrona i els que es basen en la participació audiovisual síncrona. Això fa referència al moment en el qual cada membre del club participa. En els clubs asincrònics, la interacció entre els participants es produeix en una seqüència temporal no simultània. És a dir, cadascú fa les seves aportacions quan prefereix, i haurà d’esperar que la resta de participants es connectin en un altre moment perquè ho llegeixin i responguin. Per contra, en els clubs síncrònics l’acte comunicatiu és simultani, tots els membres participen en el mateix moment. Això és interessant perquè xoca amb un dels avantatges donats a la definició d’ODLIS: no tenir un temps concret de reunió. És evident que aquesta definició no tenia en compte els clubs virtuals síncrònics.

Tot i això, cal fer una puntualització. Creiem que la classificació de Ferrándiz Soriano té un problema, que és vincular la participació síncrona o asíncrona a un codi comunicatiu concret (audiovisual o textual, en aquest cas). Tot i que les videoconferències són molt populars, un altre mètode de comunicació síncrona és el xat, que utilitza text. D’altra banda, la comunicació asincrònica també pot ser audiovisual, només cal que cada participant utilitzi un vídeo per donar la seva opinió. Aquests exemples demostren que la sincronia (o asincronia) d’un acte comunicatiu és independent del codi utilitzat.

Un cop fet aquest recorregut, podem decidir quina definició de club de lectura virtual utilitzem per a aquest treball:

Considerem un club de lectura virtual un grup de persones que escull llegir en un període de temps concret la mateixa obra per després comentar-la de forma no presencial a través d’Internet. El fet d’utilitzar aquestes tecnologies permet que la comunicació entre els participants pugui ser síncrona o asincrònica. Aquesta activitat pot comptar amb el suport d’un conductor i repetir-se amb una periodicitat pactada.

Per últim, hem establert una última condició: hem considerat un club de lectura virtual aquell que no només compleix la definició anterior, sinó que ell mateix es defineix com a tal. Per tant, si un blog de promoció lectora acaba comportant-se com un club de lectura virtual de forma no planejada, no el considerem un club de lectura virtual perquè no és el seu objectiu.

4.2. Estat de la qüestió

Existeixen antecedents pel que fa a la bibliografia sobre els clubs de lectura virtuals. El que més abunda són articles explicant experiències de clubs virtuals concrets, i extraient conclusions d'aquestes. Un dels primers casos documentats és el de la Tippecanoe County Public Library, que segons Neal Starkey (2005), va començar un club virtual l'any 1999 en el qual es comentava un llibre al mes a través d'una llista de distribució. Aquí es destaquen les característiques d'aquest tipus de clubs que veurem repetides en la resta de bibliografia: independència de temps i espai, accessibilitat i l'anonimat com a incentiu per participar com a avantatges; i una comunicació més difícil, lenta i superficial, així com la presència d'observadors¹⁹ com a inconvenients. És destacable la importància que dona Starkey a la flexibilitat com a clau de l'èxit del club. En concret, la flexibilitat per canviar les expectatives respecte al club. L'autor detalla que tot i rebre menys missatges dels esperats, amb el temps el club va anar guanyant subscriptors. D'aquest fet n'extreu que el que valoren els usuaris, més que els comentaris, és la funció prescriptora i el fet de marcar uns objectius lectors. Per tant, encara que no es van complir les expectatives inicials (sobretot pel que fa a la participació dels usuaris), es van adonar que estaven satisfent una necessitat.

El següent cas destacable el trobem a la Toronto Public Library, que va crear una pàgina web pel seu club de lectura virtual, anomenat *Book Buzz*²⁰ (AuYeung, Dalton, & Gornall, 2007). És especialment interessant perquè es detallen totes les passes dutes a terme per a la seva creació, i es raonen les decisions preses. Quan es valoren els avantatges i inconvenients dels clubs virtuals, els resultats són semblants als de Starkey, amb l'addició de que els clubs virtuals faciliten la trobada d'autors i lectors. A més, es fan algunes observacions de molt valor. Per començar, es diu que la majoria d'avantatges són millors pels usuaris que pel club en sí: per exemple, l'anonimat treu pressió als membres, però des del punt de vista de la biblioteca pot fer baixar la participació. Respecte als inconvenients, que es poden resumir en menys participació i una comunicació menys significativa, poden no ser tan greus. Es fa referència a una de les conclusions a les quals va arribar Rehberg Sedo: "people join traditional book clubs for the social interaction; they join virtual book clubs for the book" (citat a AuYeung, Dalton, & Gornall, 2007). Per tant, les necessitats i motivacions dels participants són diferents que en els clubs presencials.

També es menciona per primer cop la importància del conductor, i es donen consells per aquest rol. Tenint en compte que els participants valoren més les lectures que la interacció, el criteri de selecció de les mateixes és de vital importància. Recomanen que tot i que s'ha de tenir en compte l'opinió dels usuaris, és millor no fer-los escollir tot per sorprendre'ls. També es proposa que els conductors aprofitin per crear personalitats virtuals que siguin atractives i

¹⁹ Definim un *observador* (*lurker* en anglès) com a "Internauta que participa en un grup de discussió, una llista de distribució, un xat, etc., sense aportar-hi missatges" (TERMCAT Centre de Terminologia, 2019).

²⁰ Toronto Public Library. *Book Buzz: TPL's Virtual Book Club*.

<<https://www.torontopubliclibrary.ca/bookbuzz/>> [Consulta: 8 abril 2019].

donin joc. Pel que fa a la tasca d'animació del debat, aconsellen deixar de banda les guies de lectura acadèmiques (tot i que és una bona pràctica incloure un enllaç) i oferir una conversa més informal. També es poden utilitzar concursos per fomentar la participació.

Per últim, també cal destacar les reflexions fetes sobre l'avaluació dels clubs de lectura virtuals. Des de la Toronto Public Library recomanen no basar-se únicament en el nombre de comentaris. Això és degut a la desigualtat participativa que existeix generalment a Internet, també coneguda com la regla de l'1% o 90-9-1 (Nielsen, 2006). Segons aquesta regla, en els espais web que requereixen la col·laboració dels usuaris, un 1% dels mateixos serà l'autor del 90% del contingut, un 9% serà l'autor del 10% restant, i el 90% seran els observadors dels quals ens prevenia Starkey, és a dir, usuaris que no generen continguts, només en consumeixen. AuYeung, Dalton i Gornall raonen que tot i que es poden fer variar les proporcions, aquesta tendència és inevitable. Per tant, si basem l'avaluació només en el nombre de comentaris, només hi veurem representats aproximadament el 10% dels membres del club. Cal utilitzar altres indicadors complementaris: el nombre de visites de la pàgina web, les tendències de creixement dels inscrits, o els resultats de les enquestes d'opinió.

Jais i Mammi (2017) també expliquen les decisions preses per crear un club de lectura virtual a Malàisia. El seu article es basa més en la plataforma utilitzada, ja que després de valorar opcions existents com Goodreads i LibraryThing²¹, decideixen crear-ne una de pròpia que satisfaci millor les necessitats dels seus usuaris.

Altres experiències reafirmen la flexibilitat dels clubs de lectura virtual: poden ser infantils o juvenils (Pallarés Espinosa & García Fernández, 2017; Scharber, Melrose, & Wurl, 2009), universitaris (Alcón Jiménez, 2013; Wyant & Bowen, 2018), promoguts per entitats com el Diario de Navarra (Galindo Lizaldre, 2007), i poden servir per promoure l'aprenentatge d'un tema concret (Lagarde & Winner, 2012).

També existeixen estudis que tracten el tema dels clubs de lectura virtuals amb una perspectiva més ampla. Elsayed (2010) és un dels primers a fer un estat de la qüestió dels clubs virtuals a una zona concreta, en el seu cas, als països àrabs. Aconsegueix contactar amb els organitzadors de set clubs i administrar-los un qüestionari per obtenir dades sobre el funcionament d'aquests clubs. D'aquesta manera, pot fer un perfil dels clubs virtuals àrabs, i posar els resultats en context. Curiosament, una de les conclusions a la que s'arriba és que no es pot utilitzar només el nombre de participants d'un club per avaluar-lo, ja que la participació sol ser baixa i per tant no estariem tenint en compte el grau d'implicació dels diferents participants. Això contrasta amb l'article de la Toronto Public Library en el fet que Elsayed sembla considerar negativament els participants observadors, mentre que AuYeung, Dalton i Gornall creuen que també s'han de comptabilitzar per mesurar l'èxit del club.

El primer estudi d'aquesta tipologia fet a Espanya és un Treball de Final de Màster de la Universitat de Salamanca (Pérez Juan, 2012). Després d'un breu repàs de les característiques d'aquest tipus de club de lectura, s'analitzen 14 clubs virtuals i s'acaba fent una comparativa amb els clubs de lectura presencials. Tot i que molts dels clubs del 2012 ja no existeixen, és una bona visió del que es feia aquella època.

Un any després, José Ulises Ferrándiz Soriano (2013) també parlaria de l'estat de la qüestió dels clubs de lectura virtual. Ofereix una classificació de clubs de lectura (que hem comentat a

²¹ LibraryThing. <<https://www.librarything.com/>> [Consulta: 8 abril 2019].

l'apartat 4.1.) i llista les plataformes més utilitzades pels clubs virtuals. També es fan propostes per utilitzar la videoconferència en aquests clubs.

Més tard, la Fundación Germán Sánchez Ruipérez, amb la col·laboració d'investigadors de la Universitat de Salamanca, va engegar dos projectes al voltant de la lectura social: *Territorio Ebook* (2009-2013) i *Nubeteca* (des de 2014). Com a part d'aquests projectes es van crear diversos clubs de lectura virtuals. Amb aquesta experiència, María Antonia Moreno Mulas (2017) comparteix els resultats obtinguts i dona pautes per a crear i dinamitzar nous clubs virtuals. És interessant com s'aborda el tema de la lectura social, especialment pel que fa a la profunditat de la conversa i la relació amb la lectura. Per aconseguir un nivell de profunditat satisfactori, Moreno Mulas recomana un procediment ben reglat: desconstruir les lectures i crear un pla de dinamització pautant quan es parla de cada tema. A partir d'aquí, entra l'habilitat del conductor per adaptar aquest esquema al seu estil. També es remarca la importància de col·laborar amb autors i editorials, i aprofitar aquests clubs per vincular l'espai físic de la biblioteca amb el virtual.

María Antonia Moreno Mulas també va fer un altre estudi conjuntament amb Araceli García-Rodríguez i Raquel Gómez-Díaz analitzant 11 clubs virtuals espanyols (Moreno Mulas et al., 2017). Es proposa una classificació segons la plataforma utilitzada, però sens dubte la part més destacable és una guia pas a pas per la creació de clubs virtuals i l'exemple d'un dels clubs del projecte *Nubeteca*. És el primer cop que es parla de la formació i seguiment dels usuaris, bibliotecaris i autors, sobretot pel que fa a l'alfabetització digital, com a pas indispensable en la creació de clubs virtuals.

L'últim estudi dels clubs de lectura virtuals a Espanya es publicarà aquest any 2019 a la revista *BiD: textos universitaris de biblioteconomia i documentació*. Utilitzant una metodologia semblant a la d'Elsayed, s'ha fet una enquesta als conductors de 10 clubs virtuals per obtenir un estat de la qüestió i valorar les fortaleses i debilitats d'aquesta modalitat de club de lectura (Delmàs, Suriñach, & Lleal, 2019). Una de les observacions recollides és la diferència entre el nombre d'inscrits respecte a les participacions, pel que podem concloure que als clubs espanyols també hi ha la desigualtat participativa de la qual parlaven AuYeung, Dalton i Gornall. També es recomana incorporar elements presencials esporàdics per consolidar el grup, que recorda al comentari de Moreno Mulas de relacionar els espais físics i virtuals.

Per últim, no podem concloure sense mencionar un altre àmbit on els clubs de lectura virtuals tenen molt potencial: l'educació. Cassandra Scharber (2009), després d'estudiar i participar en clubs virtuals per adolescents i preadolescents tant en biblioteques públiques com en àmbits escolars, comparteix l'experiència de coordinar un d'aquests clubs utilitzant la plataforma Moodle. Un dels beneficis inesperats és que aquests clubs poden ser una forma segura per als joves per aprendre a utilitzar Internet per comunicar-se.

També és destacable la tesi *Clubes virtuais de leitura: Práticas e competências leitoras* de Isabel Paula Pedro Brito da Torre (2012), que estudia com es desenvolupen els hàbits i competències lectores d'estudiants participants en un club de lectura virtual escolar. Els resultats són bastant positius, i s'assenyalen com a raons d'èxit la integració social entre els alumnes (gràcies a la feina de la conductora) i la varietat d'activitats.

Altres propostes seguint aquest vessant educatiu són la d'Ana Ordás García i Belén Benito Blázquez (2015), que també fan una defensa dels clubs virtuals a les escoles i recomanen la plataforma Odilo, i la de Jennifer M. Smith (2018) que comparteix consells i l'experiència d'un club realitzat durant l'estiu.

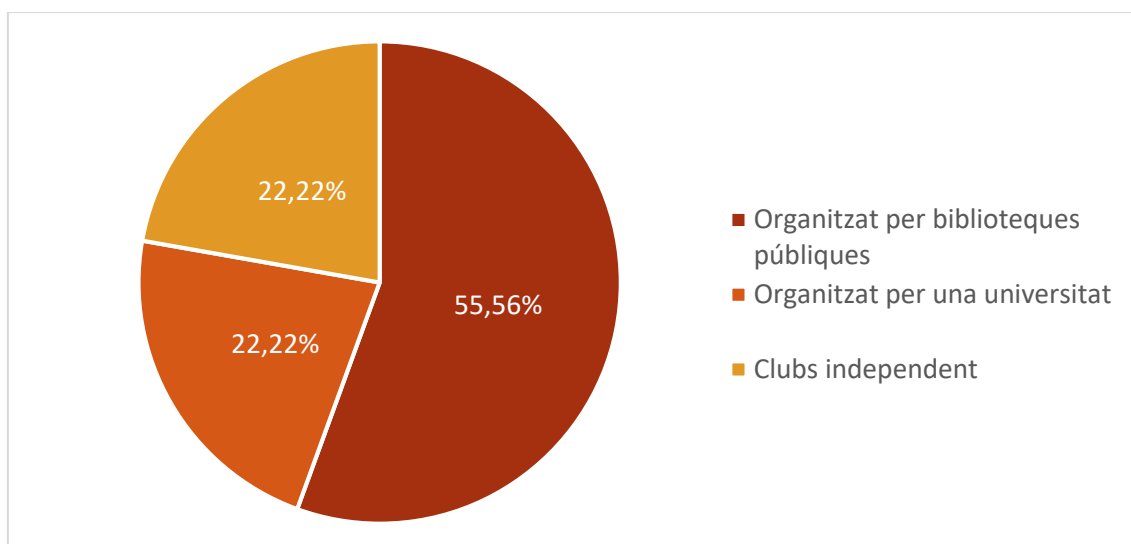
5. Anàlisi de resultats

5.1. Els clubs de lectura virtuals espanyols

Com s'ha explicat a l'apartat 2, un pas previ a conèixer els participants dels clubs de lectura virtuals és conèixer els clubs en si. Hem obtingut resposta de 18 clubs virtuals d'Espanya, que ha servit per identificar aquest estat de la qüestió.

5.1.1. Dades bàsiques

Els clubs contactats corresponen a diferents perfils. Més de la meitat són gestionats per biblioteques públiques (generalment a escala autonòmica o regional), sent la resta d'universitats o independents. Els clubs independents corresponen a dos perfils: per una banda, el club de Quelibroleo, creat a Facebook; i per l'altre, clubs de Goodreads creats per particulars.



Gràfic 1. Entitats promotores dels clubs

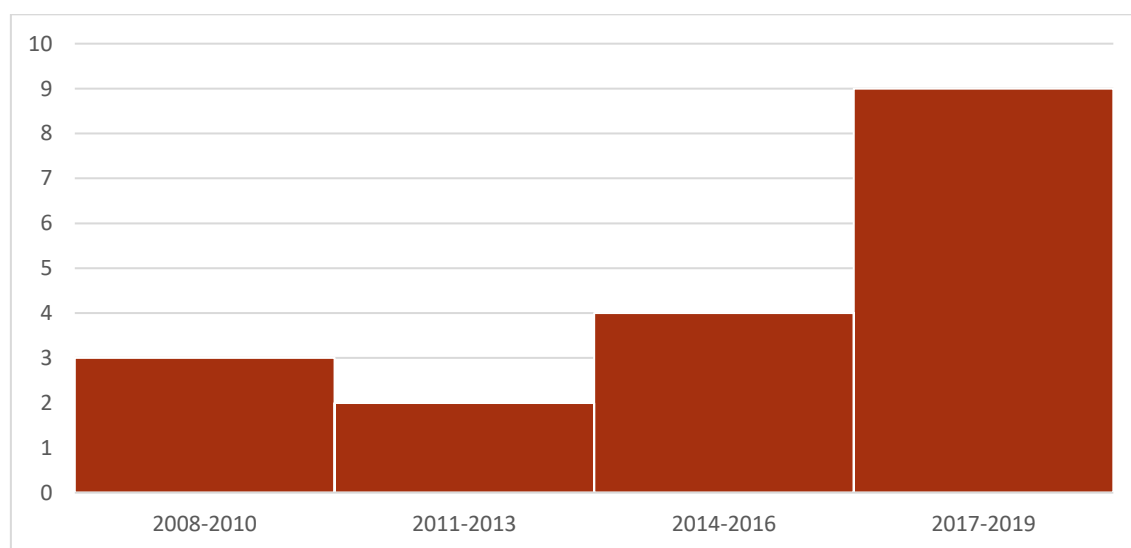
La gran presència de les biblioteques públiques ens mostra que encara són un pilar pel que fa a la promoció lectora en el país, i que estan disposades a utilitzar diferents mitjans i tecnologies per aquest fi. També és destacable que les biblioteques universitàries no són necessàriament les responsables directes dels clubs universitaris, sinó que en alguns casos han sigut impulsats per altres departaments. D'altra banda, tot i que no es veuen representats en aquest treball, durant la fase de localització dels clubs, s'ha contactat amb alguns professors que han confirmat utilitzar clubs de lectures virtuals (o activitats molt semblants) com a eina per a l'ensenyament, una aplicació que s'ha dut a terme a altres països (Wyant & Bowen, 2018). Per últim, amb els clubs de particulars veiem que Internet ha servit com a grup de trobada de lectors que han creat clubs de lectura a la seva mida, i que per tant són casos d'estudi dels quals es pot aprendre molt.

Respecte al nombre de participants, hi ha una gran diversitat. A la taula 3 es mostren les dades més representatives del conjunt. Hem considerat que la mediana era més adequada com a valor mitjà per l'existència d'una dada atípicament gran que desviava la mitjana aritmètica. Aquesta dada, com ja s'ha comentat a l'apartat 3, és el nombre de participants del club de Quelibroleo. En el seu cas, com que utilitza Facebook com a plataforma i l'entrada al club és lliure, s'han considerat membres tots els seguidors de la seva pàgina de Facebook, resultant en un nombre molt superior al de la resta de clubs. Tot i això, tenint en compte que la mediana és de 86 participants, poden confirmar que els clubs virtuals poden acomodar un nombre d'inscrits superior al dels clubs de lectura presencials.

Mediana	
86	
Quartil 1	Quartil 3
32,25	301
Valor mínim	Valor màxim
12	267600

Taula 3. Distribució del nombre de participants

Com veiem al gràfic 2, la meitat dels clubs enquestats han estat creats entre el 2017 i l'actualitat, per tant són bastant recents. El club més antic és el de les Bibliotecas Municipales de A Coruña, que va començar l'any 2008 i ha estat en funcionament durant més de 10 anys.

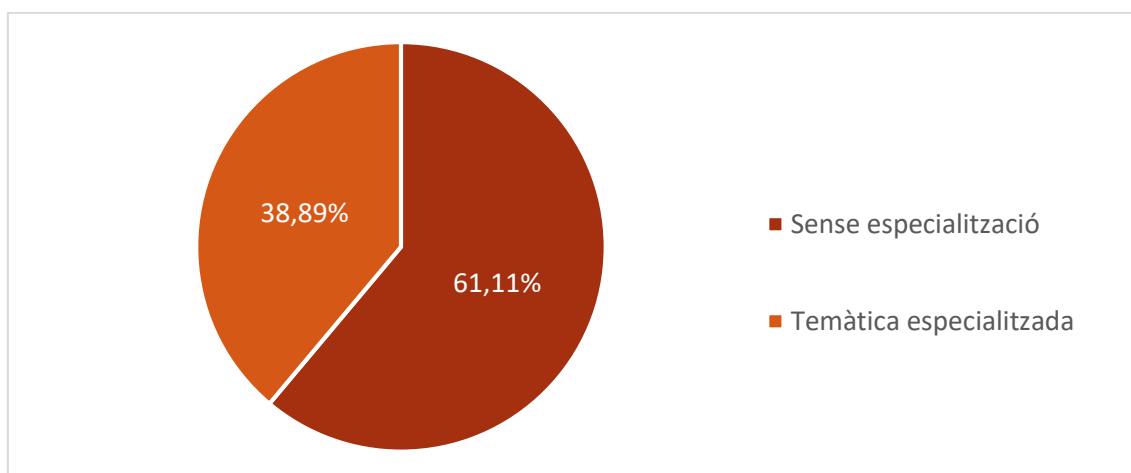


Gràfic 2. Any de creació dels clubs

El fet que quasi cada any aparegui un nou club de lectura virtual sembla indicar que no és una activitat que s'estigui abandonant. Al contrari, sembla que cada cop se'n creïn més. Però no seria del tot correcte fer aquesta última afirmació. Cal tenir en compte que tots els clubs participants en aquest estudi són clubs en actiu, i per tant és molt possible que entre els anys 2008 i 2016 s'hagin creat clubs que ja no estan en funcionament. De fet, és bastant probable, ja que en la fase de localització dels clubs algunes institucions ens han informat que havien tingut clubs virtuals, però que ja no estaven en actiu. Un exemple d'un d'aquests clubs ja aturats és el del *Diario de Navarra* (Galindo Lizaldre, 2007), que en l'actualitat ho ha substituït per conferències d'autors. Per tant, podríem predir que pocs clubs dels creats en els tres últims anys arribaran a durar tant temps com el de A Coruña.

5.1.2. Funcionament dels clubs

La majoria dels clubs no estan especialitzats en cap temàtica concreta sinó que es dediquen a la literatura general, canviant generes segons els sembli convenient. Els clubs que sí que estan especialitzats se centren en diversos temes: literatura infantil i juvenil, clàssics, novel·la negra, narrativa contemporània, literatura africana o novel·la de gènere (aventura, ciència-ficció, misteri).



Gràfic 3. Temàtica dels clubs

Fins aquí, sembla que el fet que siguin virtuals no diferencia gaire el funcionament d'aquests clubs de lectura. Altres dades semblants als clubs presencials és la periodicitat amb la qual comenten un llibre (generalment un cop al mes) i el fet que tots els clubs tenen una persona que actua com a moderador.

Un mes	15
Dos mesos	1
Duració variable	2

Taula 4. Clubs segons periodicitat

Un moderador	15
Més d'un moderador	3
Sense moderador	0

Taula 5. Clubs segons nombre de moderadors

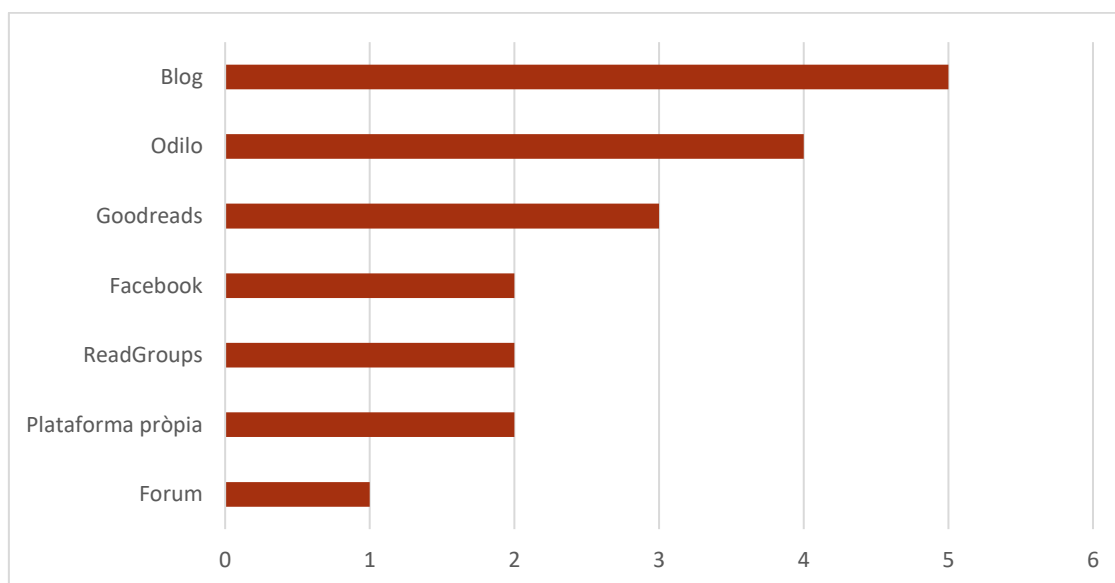
El que sí que és afectat per les noves tecnologies són els criteris de selecció de les lectures. Tot i que l'opinió del moderador segueix sent un dels factors més importants, disposar d'un registre dels comentaris dels participants permet que puguin fer propostes de manera més efectiva. A més, la majoria de plataformes permeten fer enquestes que possibiliten una decisió més democràtica.

Elecció del moderador	14
Propostes dels participants	8
Votació	5
Propostes de la institució promotora	5

Taula 6. Criteris de selecció de lectures

5.1.3. Plataformes virtuals

S'ha trobat bastant varietat en les plataformes virtuals utilitzades pels clubs. L'opció més popular és el blog, probablement per la seva facilitat d'ús. També tenen bastant èxit les plataformes creades especialment per dur a terme aquesta activitat, com Odilo²², ReadGroups²³, o plataformes pròpies de cada institució. Aquestes plataformes aporten més opcions per cobrir les necessitats dels organitzadors i participants dels clubs, com la possibilitat d'obtenir en préstec llibres digitals o la possibilitat de mantenir vàries converses simultànies. Per últim, també s'utilitzen xarxes socials, siguin genèriques com Facebook o especialitzades com Goodreads. Goodreads destaca, a més, per ser la plataforma escollida per tots els clubs de particulars en aquest estudi.



Gràfic 4. Plataformes utilitzades

És interessant veure com varia el nombre de participants del club segons la plataforma escollida. L'únic club que utilitza Facebook com a plataforma principal (un altre club l'utilitza com a suport) té un nombre de participants extraordinàriament superior a la resta. La desviació estàndard dels clubs que utilitzen Odilo és molt alta, el que significa que hi ha una gran variació en el nombre de participants (el mínim és 33 i el màxim 810). Els clubs que utilitzen plataformes pròpies i Goodreads solen ser d'una mida més modesta: tenen una mediana de 43,5 i 18 participants respectivament.

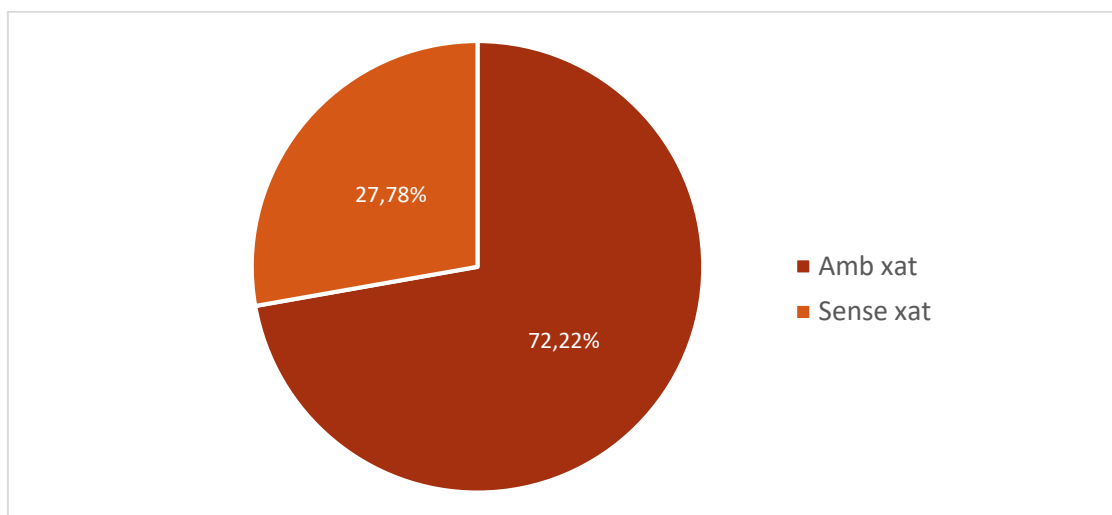
²² Odilo. <<https://www.odilo.es/>> [Consulta: 4 maig 2019].

²³ ReadGroups. <<http://www.readgroups.com/>> [Consulta: 4 maig 2019].

	Mitjana	Desviació estàndard	Mediana
Facebook	267600	-	267600
Odilo	412,25	337,35	403
Forum	232	-	232
ReadGroups	154,5	86,97	154,5
Blog	147,8	157,62	79
Plataforma pròpia	43,5	19,09	43,5
Goodreads	34,67	34,20	18

Taula 7. Nombre de participants segons la plataforma

També ens hem interessat en els clubs que ofereixen servei de xat. Tots els clubs que han participat en l'estudi funcionen de manera asincrònica, així que el xat dona l'opció d'una comunicació sincrònica per complementar les seves activitats. Els organitzadors deuen veure també la utilitat d'aquesta eina, perquè més d'un 70% dels clubs tenen xat.

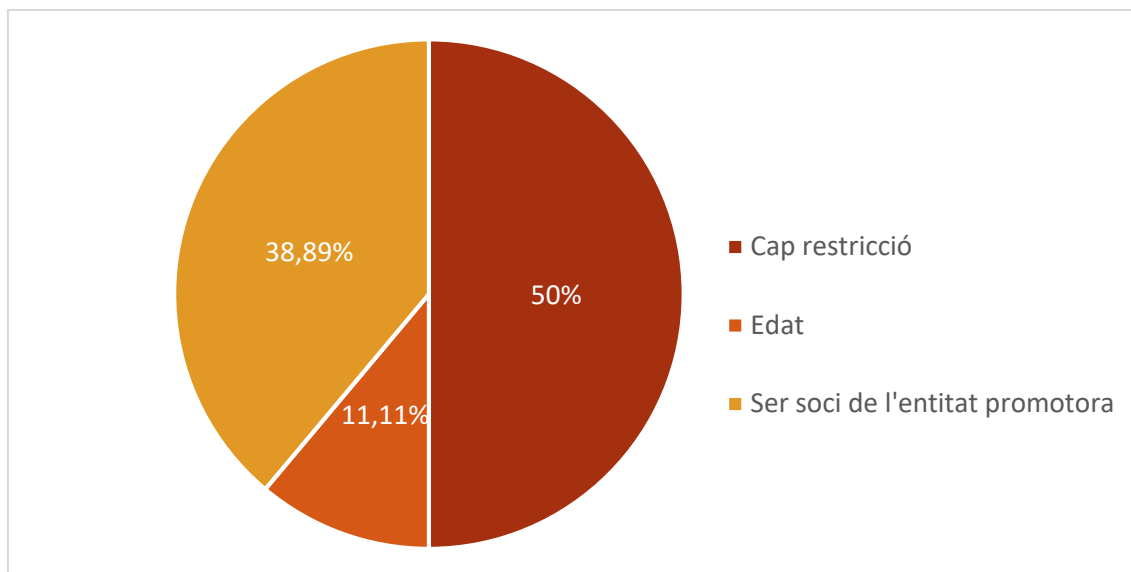


Gràfic 5. Clubs amb servei de xat

5.1.4. Accés i participació

Per últim, tenim les dades de com els participants interaccionen amb el club: com s'inscriuen i participen.

Tots els clubs de l'estudi són d'accés gratuït, però només la meitat són d'accés lliure. La resta tenen algun criteri que restringeix qui pot participar. En la majoria d'aquests casos, el criteri és ser soci de l'entitat promotora. Això es dona sobretot en clubs de biblioteques públiques, que requereixen que es tingui el carnet, i en els d'universitats. La resta imposen un criteri d'edat mínima de 16 o 18 anys. En un únic cas, a més de l'edat, es requereix ser un membre actiu de la comunitat.



Gràfic 6. Restriccions d'accés al club

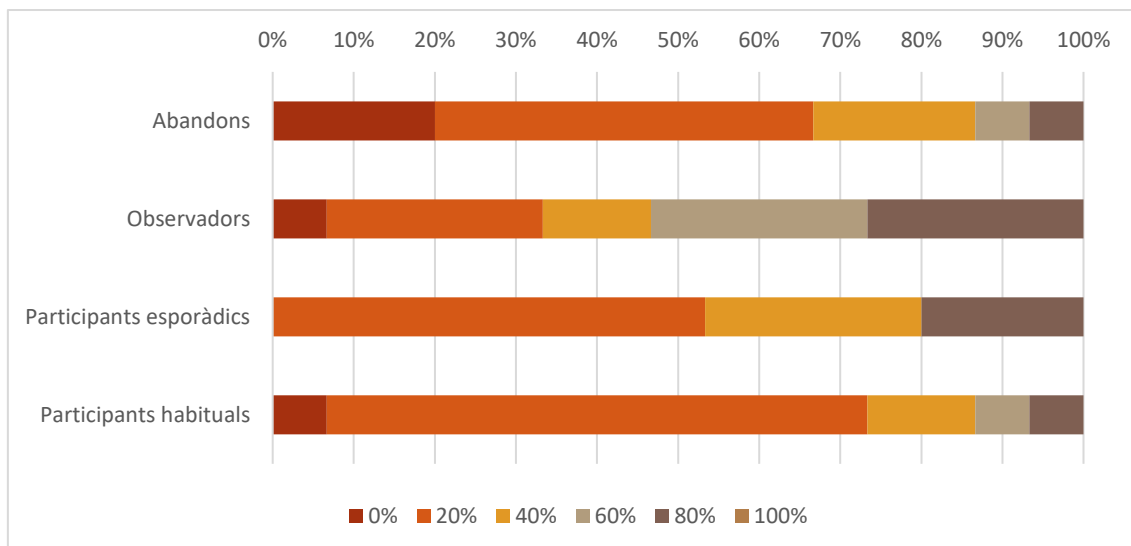
Podríem pensar que el fet de restringir l'accés al club segons algun criteri provoqui tenir menys participants que en els clubs d'accés lliure, però les dades no donen suport a aquesta teoria. És veritat que els clubs sense restricció tenen una mitjana de participants i una desviació estàndard major, i per tant en el seu cas hi ha més variació en el nombre de membres, i els que tenen més participants en tenen molt més que els clubs amb restricció. Però observant les medianes (que a causa d'aquests valors anòmals, és més pertinent) veiem que en realitat els clubs amb restricció d'accés tenen més membres que els de lliure accés.

	Mitjana	Desviació estàndard	Mediana
Cap restricció	29857,89	89153	79
Amb restricció	222,11	277,52	93

Taula 8. Nombre de participants segons les restriccions d'accés

El grau de participació dels membres del club és una dada difícil de donar. Alguns dels clubs potser tenen les estadístiques de comentaris, però això no ens donaria la visió completa, com diuen alguns estudis (AuYeung et al., 2007). A més, l'única persona que ens pot donar la dada real és el mateix participant. Per tant, les dades de participació que ens han donat els organitzadors són especialment subjectives i aproximades. Tot i això, ens donen informació útil.

Basant-nos en la regla del 90-9-1 (Nielsen, 2006), vam preguntar als organitzadors pels percentatges aproximats de quatre perfils d'usuaris: els que s'havien inscrit però no es connectaven mai (abandons), els que llegien el contingut però no feien cap interacció (observadors, 90% dels usuaris segons la regla), els que participaven esporàdicament (suposat 9%) i els participants habituals (suposat 1%).



Gràfic 7. Percentatges de participació aproximats

Els resultats del gràfic 7 mostren que els percentatges d'abandons i participants habituals solen ser baixos. Els participants esporàdics semblen ser un perfil més nombrós, però tampoc és el majoritari. Podríem dir que la majoria la conformen els observadors, ja que més del 50% dels organitzadors ha considerat que corresponen al 60% o més dels participants.

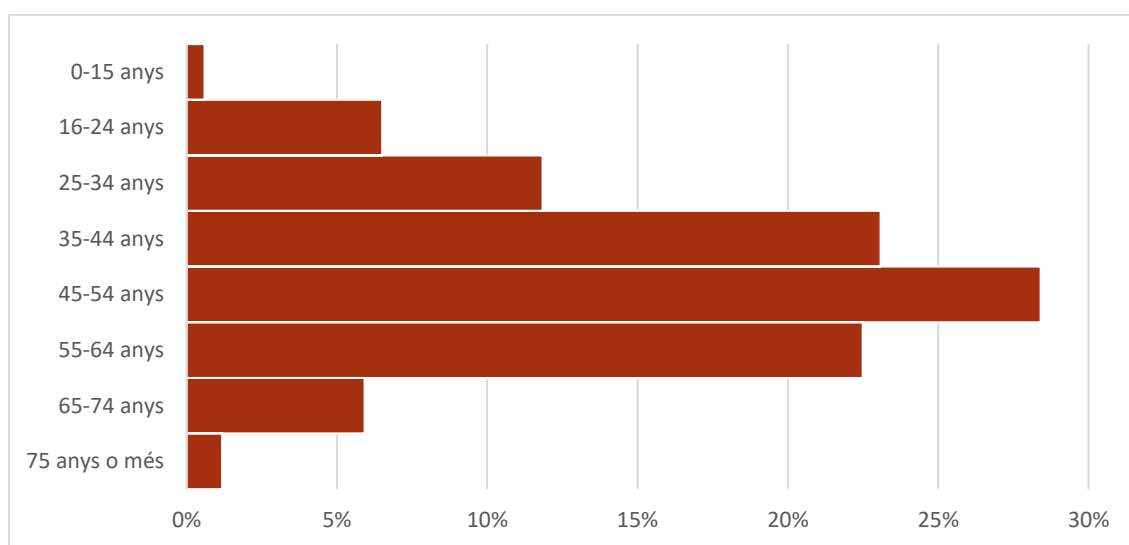
Aquests resultats, tot i no ser precisos, ens permeten veure que la norma del 90-9-1 també es compleix en els clubs de lectures virtuals, encara que els percentatges puguin variar. Cal tenir en compte això a l'hora d'avaluar un club: poques interaccions no signifiquen que l'activitat sigui un fracàs, cal tenir en compte l'ús que en fan els observadors.

5.2. Els participants dels clubs de lectura virtuals

A continuació es presenta la informació obtinguda sobre els 169 participants de clubs de lectura virtuals d'Espanya que van respondre l'enquesta.

5.2.1. Perfil sociodemogràfic

Comencem amb les dades sociodemogràfiques a fi de crear un perfil de participant. Com es pot veure a les gràfiques, el perfil més comú és el d'una dona d'entre 45 i 54 anys. Per donar més context a aquesta informació, seria interessant poder-ho comparar amb el cas dels clubs de lectura presencials. No hem trobat gaires estudis d'aquesta tipologia, però Carmen Álvarez Álvarez (2016) va aconseguir aquestes dades de 25 participants de sis clubs de lectura de Cantàbria, que utilitzarem com a comparativa.



Gràfic 8. Edat dels participants

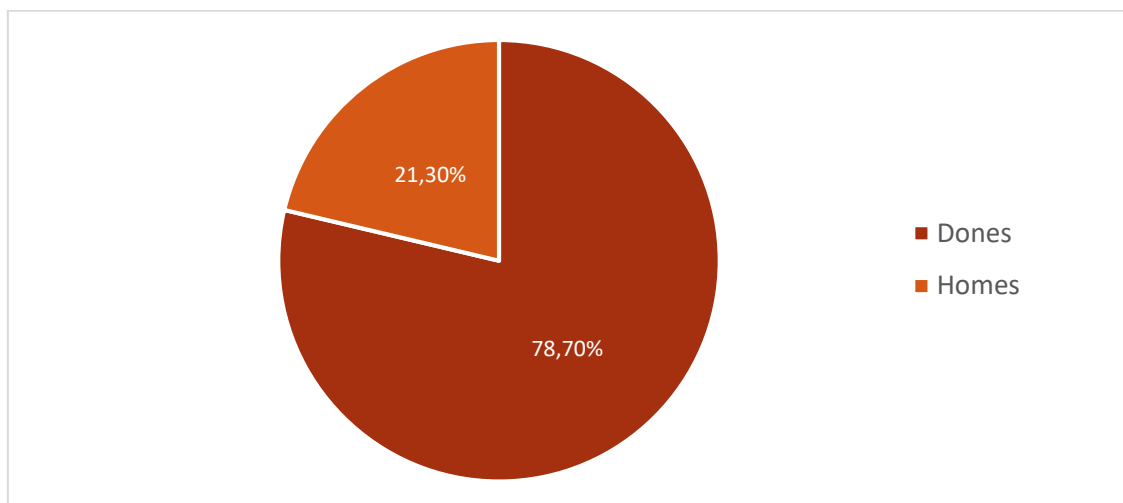
Álvarez Álvarez va utilitzar uns rangs d'edat diferents dels nostres, com es pot veure a la taula 9, però tot i això podem treure algunes conclusions. En els dos casos el grup d'edat majoritari és el de majors de 45 o 46 anys. Així i tot, les proporcions són diferents. En els clubs presencials els participants d'entre 46 i 65 anys conformen el 64% del total; en canvi en els clubs virtuals els grups de 45 a 54 anys i els de 55 a 64 anys arriben just al 50% entre els dos.

18-30 anys	12%
31-45 anys	12%
46-65 anys	64%
66-100 anys	12%

Taula 9. Edat dels participants en clubs presencials. Basada en Álvarez Álvarez, 2016

Fora d'aquesta franja d'edat majoritària, també hi trobem diferències. Primerament, els majors de 65 o 66 anys són més nombrosos als clubs presencials que als virtuals (12% enfront un 7%). Conseqüentment, als clubs virtuals hi ha una major presència de participants menors de 45 anys (43%, mentre els presencials tenen un 24%). Ens queda com a incògnita la raó

d'aquesta diferència: potser els clubs virtuals atreuen més a la població jove, o potser és deu a l'efecte de la fractura digital²⁴.



Gràfic 9. Sexe dels participants

Pel que fa al gènere dels participants, les diferències són menys destacables. Tant en els clubs virtuals com en els presencials hi ha una aclaparadora majoria de dones, que superen el 70% del total (72% en clubs presencials i 78,70% en els virtuals). La resta dels participants són homes, un 28% en clubs presencials i un 21,30% en els virtuals.

Les dades de nacionalitat i país de residència, en un principi, ens diuen que la gran majoria de participants són espanyols residents a Espanya. També hi ha un petit nombre de participants de països de l'Amèrica Llatina (quasi un 6%) i Europa (inferior al 3%).

Espanyola	155	91,72%
País d'Amèrica Llatina	10	5,92%
País europeu	4	2,37%

Taula 10. Nacionalitat dels participants

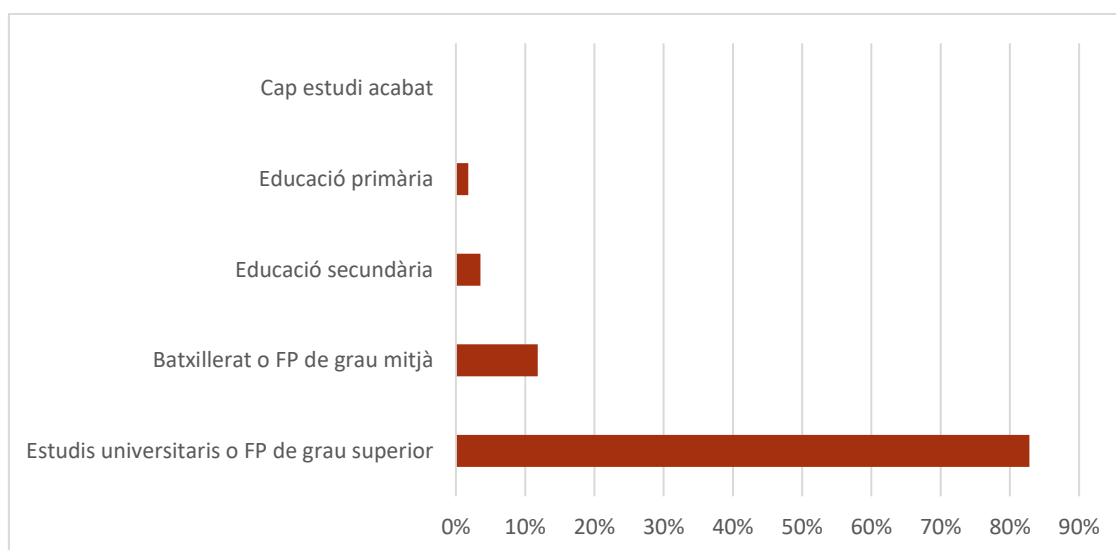
Espanya	154	91,12%
País d'Amèrica Llatina	10	5,92%
País europeu	5	2,96%

Taula 11. País de residència dels participants

La decisió de diferenciar nacionalitat de país de residència s'ha fet pensant que els clubs de lectura virtuals poden ser un servei interessant per espanyols vivint a l'estranger, ja que la distància no suposa un problema i permet mantenir un vincle amb el país d'origen. També pot beneficiar als estrangers residents a Espanya perquè els ajuda a practicar l'idioma, conèixer la cultura i fer amistats, tot i que això també és aplicable als clubs presencials. Revisant les dades, hem trobat que dels 169 participants, només cinc són espanyols residents a l'estranger (2,96%), i quatre són estrangers residents a Espanya (2,37%). Són xifres bastant baixes, però confirmen que aquest és un tipus de públic de clubs virtuals existeix.

²⁴ La fractura digital és la "diferència existent entre grups de població o entre països que separa els que tenen accés a les tecnologies de la informació i la comunicació i els que no en tenen" (TERMCAT Centre de Terminologia, 2014).

Pel que fa al nivell d'estudis dels participants, al gràfic 10 podem veure que la gran majoria tenen estudis universitaris. Això encaixa amb els resultats de Álvarez Álvarez, en que 21 dels 24 participants (87,5%) tenien formació universitària, i els quatre participants restants tenien estudis de grau mitjà.

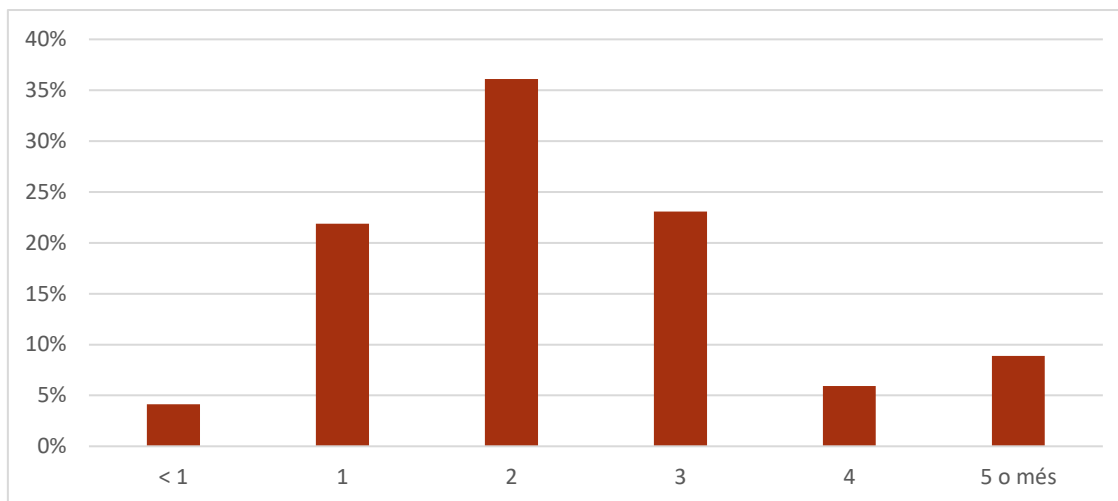


Gràfic 10. Nivell d'estudis dels participants

Per últim, ja que són participants en un club de lectura, hem volgut saber els seus hàbits lectors. Com a indicador, hem escollit el nombre de llibres llegits al mes en comptes de la freqüència de lectura, que és el que s'utilitza a l'informe d'hàbits de lectura i compra de llibre de la Federación de Gremios de Editores de España (CONECTA, 2018). Hem pres aquesta decisió basant-nos en els arguments següents:

- Preguntant pels llibres llegits al mes obtenim informació només del tipus de lectura que ens interessa més: els llibres. Excloem així la lectura de revistes, diaris i a Internet, entre altres, que no s'utilitzen en els clubs de lectura.
- Tenint en compte que els participants de l'enquesta són membres de clubs de lectura virtuals, entenem que tenen un interès per la lectura superior a la mitja. Per tant, ja que segurament un gran nombre d'ells sigui un lector habitual, creiem el criteri que permet una major discriminació entre ells no és quan llegeixen, sinó quant.
- Aquesta informació és més útil per planificar nous clubs de lectures virtuals o avaluar els existents, especialment a l'hora de decidir la periodicitat dels debats i el temps que es dona per a cada lectura.

Dit això, les dades obtingudes ens donen la raó en el fet que, efectivament, els participants dels clubs de lectura virtuals són lectors per sobre de la mitja. Segons l'informe *Hábitos de lectura y compra de libros en España 2017* mencionat anteriorment, durant l'any 2017 els espanyols van llegir una mitjana de 13 llibres, és a dir, aproximadament un llibre al mes. En canvi, el 74% dels participants de l'enquesta llegeixen dos o més llibres al mes.



Gràfic 11. Llibres al mes llegits pels participants

Aquesta informació pot semblar òbvia, però creiem que és molt rellevant. Una de les majors preocupacions dels clubs de lectura virtuals és la poca participació dels seus membres, com queda recollit en alguns estudis (Delmàs et al., 2019) i en la secció 5.1.4. d'aquest treball. Per tant és important saber que, encara que els inscrits participen poc, podem afirmar que llegeixen, que és un dels objectius dels clubs. Evidentment això no soluciona el problema de la participació, i ni tan sols assegura que es llegeixin els llibres proposats pels clubs. Però dona una altra perspectiva sobre l'avaluació d'aquesta activitat perquè, com proposaven alguns autors (AuYeung et al., 2007; Starkey, 2005), una baixa participació no sempre és sinònim de fracàs.

5.2.2. Motivacions i experiències prèvies

Un tema que ens interessa és saber quines són les motivacions dels participants per inscriure's en un club de lectura virtual. La idea és que amb aquesta informació puguem entendre quin tipus d'experiència esperen. Els resultats es veuen a la taula 12.

Descobrir llibres nous	109
Compartir opinions sobre les lectures	101
Curiositat	36
Crear hàbit de lectura	32
Conèixer nous lectors	22
Altres raons	7
Moderador	3
Coordinar o col·laborar	2
Comoditat	2
Acompanyament lector i informació complementària	2
Tenir accés als llibres	1

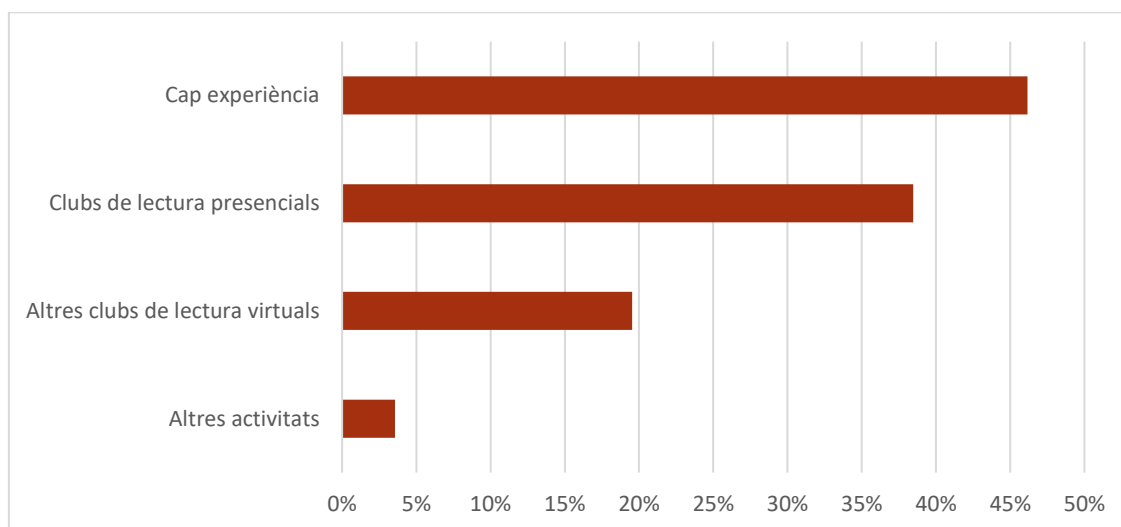
Taula 12. Raons per participar al club virtual

A l'enquesta, els participants podien donar tantes raons com creguessin necessàries. Finalment les dues raons que han acabat destacant són descobrir llibres nous (una funció de prescripció lectora) i compartir opinions sobre les lectures. No és gaire sorprenent, ja que són les activitats

típiques de qualsevol club de lectura. Podríem pensar que, donat que als clubs virtuals hi ha menys participació, els seus membre estarien més interessats en l'aspecte prescriptor que en el debat. Els resultats semblen desmentir aquesta hipòtesi: els dos aspectes els semblen atractius, encara que després els participants no a actuïn en conseqüència.

D'altra banda, també hem preguntat per les experiències prèvies dels participants en altres activitats relacionades amb el món de la lectura i l'escriptura, especialment pel que fa a altres clubs de lectura. Ens interessava saber si els clubs virtuals són un punt d'entrada a aquest tipus d'activitats o si, al contrari, són populars amb participants amb experiència prèvia.

Els resultats semblen confirmar els dos casos: un 46% dels participants no tenia cap experiència prèvia, i el 54% restant ja havia participat en altres activitats. Aquests percentatges indiquen que, aproximadament, els clubs virtuals són igual d'atractius pels dos perfils.



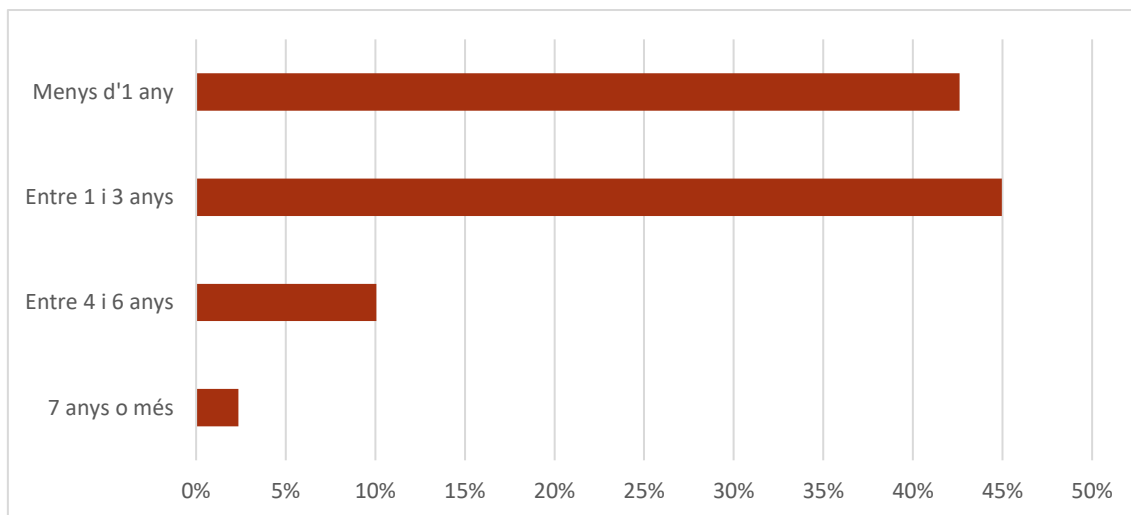
Gràfic 12. Experiències prèvies dels participants

Pel que fa a les experiències prèvies, la més habitual és el club de lectura presencial (38%). Això és comprensible donat que són molt nombrosos. Però també és destacable que un 20% dels participants hagin sigut membres d'altres clubs virtuals en el passat. Aquestes persones estan repetint l'experiència, que és una molt bon senyal de l'impacte que han tingut aquest tipus de clubs en els seus membres.

5.2.3. Participació

Ja que la participació és un dels punts que més preocupa als organitzadors dels clubs virtuals, hem volgut obtenir el punt de vista dels participants. Per començar, els hem preguntat per la seva antiguitat dins del club.

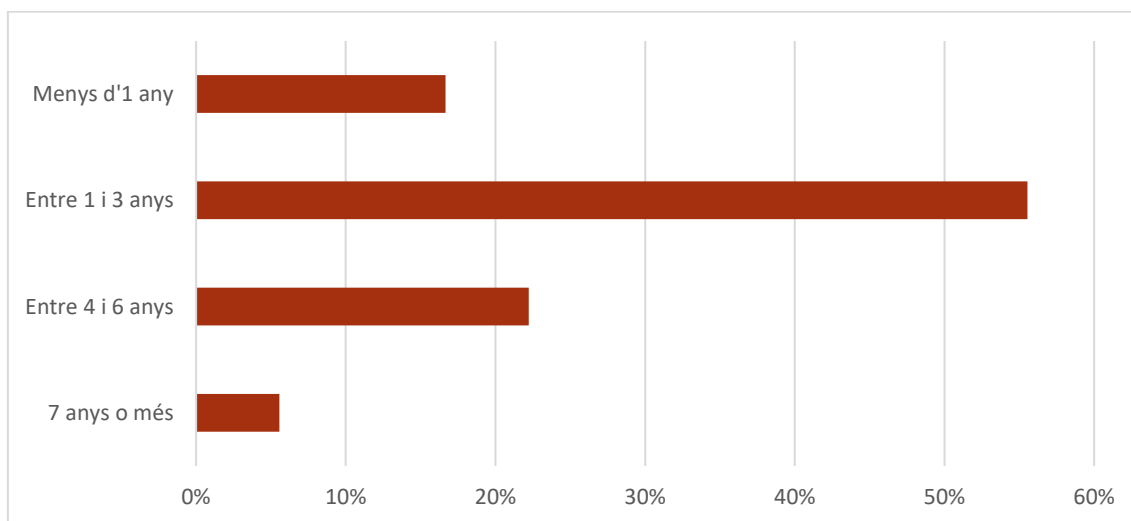
Un primer cop d'ull als resultats ens mostra que la gran majoria de membres té una antiguitat de menys d'un any (42,60%) o d'entre un i tres anys (44,97%). Això encaixa amb el fet que la majoria dels clubs de l'estudi són de recent creació: de fet, si comparem el gràfic 13 de l'antiguitat dels membres amb el de l'any de creació dels clubs (gràfic 2) hi veurem una gran similitud.



Gràfic 13. Antiguitat dels participants

Tot i això, dels 18 clubs que van contestar, cinc (que corresponen al 27,78%) porten funcionant durant més de cinc anys. Tenint en compte aquesta dada, ens pot semblar que el percentatge de participants amb quatre anys o més d'antiguitat podria ser més alt que el 12,43% que hem obtingut. Vol dir això que els clubs virtuals no retenen els seus membres al llarg del temps?

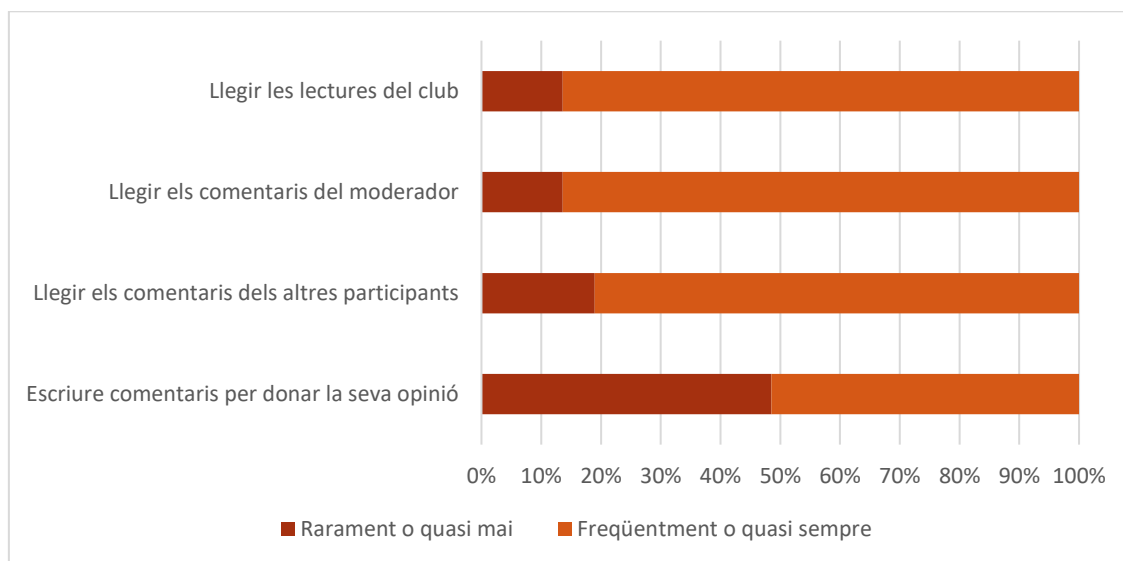
Per resoldre aquesta qüestió, hem visualitzat les dades d'antiguitat dels membres dels clubs creats l'any 2014 o en anys anteriors al gràfic 14. Tot i que la gran majoria segueixen sent els participants que porten entre un i tres anys al club (55,56%), disminueixen notablement els que porten menys d'un any (16,67%), i de fet són superats pels que porten entre quatre i sis anys (22,22%). Aquestes dades mostren una imatge més positiva, amb un 27,78% dels participants amb una antiguitat mínima de quatre anys.



Gràfic 14. Antiguitat dels participants (clubs 2014 o anteriors)

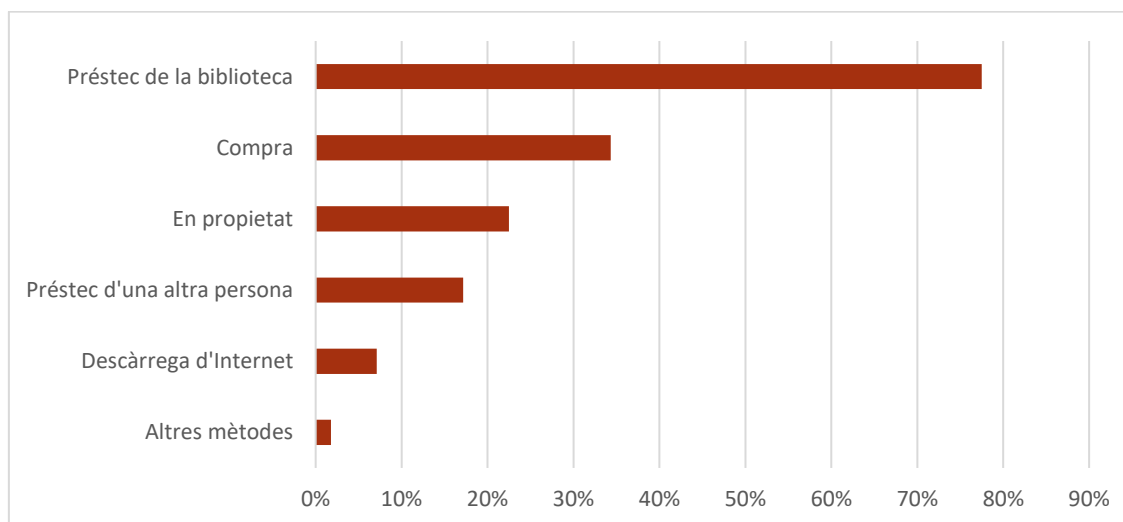
Seguidament, hem qüestionat als participants respecte a la freqüència amb la qual ells efectuen algunes de les activitats vinculades al club virtual. Podem veure clarament al gràfic 15 el que preocupa als organitzadors dels clubs: només la meitat dels participants considera que escriu comentaris amb una freqüència alta. Cal posar especial èmfasi en la paraula *considera*, ja que aquestes dades són completament subjectives per part dels participants. Tot i això, hi ha una palpable diferència amb la resta d'activitats: més del 80% considera que llegeix els

llibres proposats i els comentaris del moderador i els altres participants freqüentment. Així doncs, encara que els membres no participin gaire activament, no és correcte dir que no estan implicats en el club.



Gràfic 15. Freqüències d'activitat dels participants

Una altra dada relacionada amb l'activitat del club és saber com els participants adquireixen les lectures proposades. Al gràfic 16 veiem que la majoria de participants (77,51%) els agafa en préstec a una biblioteca. Això és d'esperar tenint en compte que molts d'aquests clubs estan organitzats tant per biblioteques públiques com per universitats (que tenen les seves pròpies biblioteques), que probablement faciliten els llibres als participants. De totes maneres, aquesta dada corrobora que els clubs virtuals són una bona estratègia per fomentar els préstecs en biblioteques.



Gràfic 16. Mètodes d'adquisició de les lectures

Per veure com afecta l'entitat organitzadora del club al mètode de lectures, hem elaborat la taula 13, que mostra els tres mètodes més populars segons el tipus de club. Així, mentre que els clubs de biblioteques públiques i universitats tenen un perfil semblant (préstec bibliotecari com a mètode més utilitzat, seguit de la compra i tenir el llibre en propietat), els clubs independents es destaquen. En aquest cas, el 55% dels usuaris compren els llibres, un 35%

l'aconsegueix en préstec a la biblioteca (i un altre 35% l'aconsegueix de préstec d'una tercera persona) i un 32% tenen els llibres en propietat. Que un 55% dels participants compri els llibres del club és una xifra que pot ser d'interès per les editorials, ja que demostra que un club de lectura virtual pot ser una bona eina de màrqueting.

Club de biblioteca pública	Club d'universitat	Club independent
Préstec de la biblioteca (91%) Compra (31%)	Préstec de la biblioteca (75%) Compra (25%)	Compra (55%) Préstec de la biblioteca / Préstec d'una altra persona (empat 35%)
En propietat (22%)	En propietat / Descàrrega d'Internet (empat 14%)	En propietat (32%)

Taula 13. Mètodes d'adquisició de lectures més populars segons tipus de club

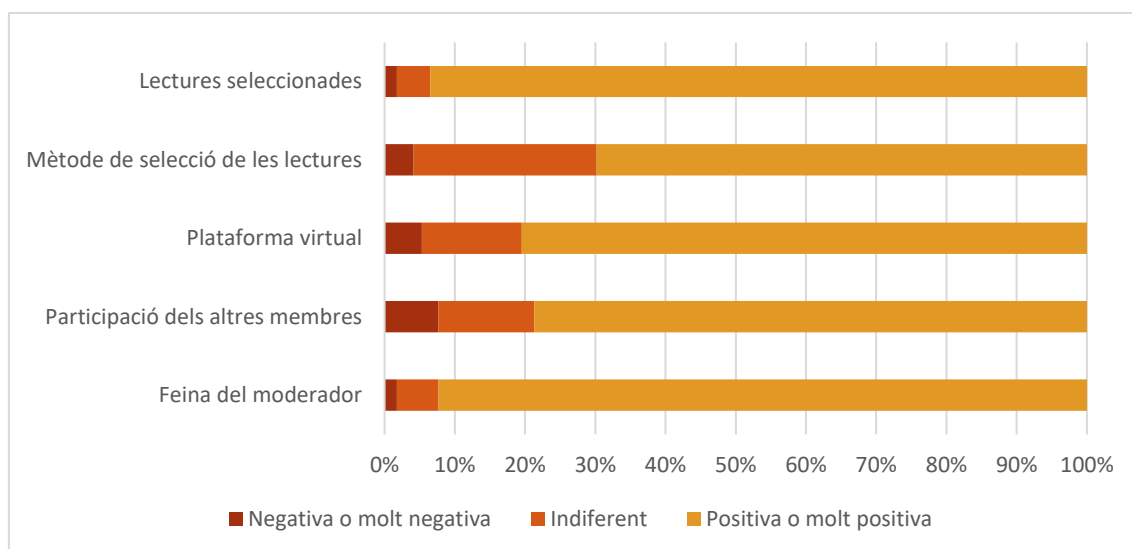
5.2.4. Valoració del club

Per últim, hem volgut saber com valoren els participants la seva experiència al club virtual. Quan els vam demanar de posar nota del 0 al 10 al club, vam obtenir una nota mitjana de 8,08 (amb una desviació estàndard d'1,38). Aquesta és una molt bona dada, significa que els participants tenen una bona percepció del club, i que en general hi ha bastant consens.

Nota mitjana
8,08
Desviació estàndard
1,38

Taula 14. Valoració dels clubs virtuals

També van voler saber l'opinió sobre alguns aspectes concrets dels clubs, com es veu al gràfic 17. En general, aquí també tenim dades bastant optimistes: un mínim del 70% dels participants han valorat de manera positiva o molt positiva tots els elements pels quals se'ls ha preguntat. En cap cas les opinions negatives arriben al 8%. Els aspectes que generen més malestar, però sobretot indiferència, són els mètodes de selecció de lectures, la participació dels altres membres del club i la plataforma utilitzada. A partir d'aquesta informació ens podríem preguntar què podem fer per millorar encara més la seva experiència, o per què alguns elements generen més indiferència que altres.



Gràfic 17. Valoració dels elements del club

Per acabar, una altra dada que confirma que els participants valoren molt positivament els clubs virtuals és que un 94,67% ha afirmat que si tingués l'oportunitat, repetiria l'experiència. Així doncs, la bona organització dels clubs virtuals espanyols es veu recompensada amb la fidelitat dels seus participants.

Repetirien	160	94,67%
Indecisos	8	4,73%
No repetirien	1	0,59%

Taula 15. Participants que repetirien l'experiència

6. Conclusions

Els resultats d'aquest treball ens han aportat informació nova i valuosa sobre l'estat actual dels clubs de lectura virtuals espanyols, tant des del punt de vista de l'organització com dels seus participants. Per tant, podem donar per satisfets els objectius plantejats. A més, aquesta informació també ens ha portat a plantejar-nos qüestions que poden donar peu a futures investigacions.

Sobre els clubs de lectura virtuals en si, en la cerca feta en les fases inicials hem identificat fins a 24 clubs en actiu en l'actualitat a Espanya, promoguts per 18 entitats diferents. D'aquest total, 18 van acceptar participar en l'estudi.

És destacable que la meitat dels clubs participants sigui promogut per biblioteques públiques, generalment des de l'àmbit regional. Això demostra el seu lloc al capdavant de la promoció lectora al país. La resta de clubs han sigut creats per universitats, particulars i una xarxa social sobre lectura (Quelibroleo²⁵).

Hi ha una gran varietat en el nombre de participants dels clubs. El club amb menys participants en té 12, i el que més, 267.600. Com a xifra representativa, els 18 clubs tenen una mediana de 86 participants. Per tant, poden acomodar una xifra de participants bastant superior als clubs de lectura presencials.

La meitat dels clubs de l'estudi han estat creats en els últims tres anys. Tot i això, n'hi ha de més antics, i el club més veterà té deu anys d'experiència. Tot i que és probable que en els últims anys hagin aparegut més clubs d'aquesta tipologia que anteriorment, també cal tenir en compte que alguns dels clubs creats fa més de tres anys han tancat i per tant no apareixen a l'estudi.

Pel que fa a les plataformes virtuals, sens dubte la més popular és el blog. També s'utilitzen bastant les plataformes especialitzades en clubs virtuals, com la d'Odilo o ReadGroups. Goodreads és l'opció preferida pels clubs creats per particulars, i els clubs que utilitzen Facebook aconsegueixen arribar a un públic més ampli.

Gràcies a la cerca bibliogràfica hem pogut determinar que els clubs virtuals poden ser sincrònics o asincrònics. Així i tot, tots els 18 clubs participats són principalment asincrònics, tot i que un 70% disposa de xat (que permet comunicació sincrònica).

L'accés a tots els grups és gratuït, però no sempre és lliure. La meitat dels clubs restringeix la inscripció segons algun criteri, principalment ser membre de l'entitat promotora del club (per exemple, tenir carnet de biblioteca). Alguns clubs també imposen un mínim d'edat com a criteri. Generalment, restringir l'accés d'aquesta manera no té un impacte negatiu en el nombre de participants.

Com hem plantejat als objectius, hem recollit dades que ens han permès identificar el perfil de participant típic dels clubs virtuals: dona de 45 a 54 anys amb estudis universitaris. La comparació amb les dades d'un estudi en clubs presencials sembla indicar que tot i que la franja d'edat majoritària és la mateixa, hi ha més varietat d'edat i participants més joves en els clubs virtuals. Caldrà fer estudis comparatius més a fons per confirmar-ho.

²⁵ Quelibroleo. <<http://quelibroleo.com/>> [Consulta: 14 maig 2019].

Els participants no només són lectors habituals, sinó que els podem considerar per sobre de la mitja. Un 74% dels mateixos llegeix dos o més llibres al mes, mentre que la mitja estatal és de només un. Ja que un dels objectius dels clubs de lectura és promocionar la lectura, això és un bon senyal. Tot i això, cal establir la causalitat: són grans lectors gràcies al club, o el club els atreu perquè ja eren grans lectors anteriorment?

Quan els hem preguntat sobre les seves experiències prèvies en activitats del món de la lectura i l'escriptura, un 54% ha afirmat haver participat en alguna altra activitat, i per tant el 46% restant no tenia cap experiència anterior. Això mostra un escenari bastant equilibrat: els clubs virtuals atreuen els dos perfils. Especialment destacable és el fet que el 20% d'enquestats ja havia participat en algun altre club virtual prèviament, i per tant han decidit repetir l'experiència.

Un gran nombre de participants es va inscriure al club en l'últim any. Creiem que això és comprensible pel fet que la majoria de clubs virtuals són de creació recent. A més, la majoria dels participants (un 44,97%) porta inscrit entre un i tres anys. Per tant, sembla que els clubs poden retenir els seus membres.

Els mètodes utilitzats pels participants per adquirir les lectures del club afavoreixen les entitats organitzadores. En el cas de biblioteques públiques i universitats, la majoria prefereix el préstec de la biblioteca. En el cas dels clubs de particulars i de Quelibroleo, el 55% dels participants compra els llibres. Creiem que aquesta dada podria animar que les editorials engegessin els seus propis clubs virtuals, funcionant com a estratègia de màrqueting per promocionar la venda.

De tota la informació recopilada, els que ens ha semblat més positiu és que els participants estan molt satisfets dels clubs. Tenen una bona opinió de tots els elements del club, i els donen una nota mitjana de 8,08 sobre 10. A més, un 94,67% afirma que repetiria l'experiència.

Un dels temes que més preocupa en l'àmbit dels clubs virtuals és la falta de participació dels membres del club, referint-se principalment a la falta de comentaris. Hem decidit que tractaríem aquesta temàtica tant des del punt de vista dels organitzadors com dels participants.

Més del 50% dels organitzadors ha considerat que el 60% o més dels participants té un perfil d'*observador*, és a dir, llegeixen el contingut que aporten els altres però no participen activament. D'altra banda, també han indicat que les xifres d'abandons són baixes.

Quan hem preguntat als participants sobre aquest aspecte, ens han confirmat la visió dels organitzadors: admeten que escriuen comentaris amb menys freqüència que la resta d'activitats del club. Però curiosament, en les altres activitats (llegir els llibres i els comentaris del moderador i els altres participants) mostren una gran implicació.

Per tant, podríem parlar de clubs d'observadors o consumidors: poca participació activa, molta participació passiva. Justament aquesta participació passiva ens fa creure que és incorrecte titllar de fracàs un club només perquè rep pocs comentaris. El nombre de comentaris és només un dels diversos indicadors que s'haurien de recopilar i analitzar per dur a terme una avaluació justa.

Fins i tot caldria plantejar-nos si aquest fenomen és un problema dels clubs virtuals, o si n'és una característica. Hi ha la possibilitat que si acceptem aquest fet en comptes de lluitar contra ell, puguem millorar l'experiència dels clubs.

Aquest estudi ens ha aportat moltes respostes, però també nous interrogants de gran valor, ja que assenyalen les línies d'investigacions futures. Primerament, creiem que les dades obtingudes es poden ampliar i explotar més. Si es fan estudis semblants en clubs presencials, es podrien fer comparatives més substancials. També seria positiu estudiar amb més profunditat un nombre reduït de clubs virtuals, i en aquest sentit creiem que seria molt útil fer entrevistes tant a organitzadors com a participants.

Un dels fenòmens que no s'han tractat en aquest treball, però que sí s'ha mencionat, és el dels clubs virtuals que deixen de funcionar. Alguns dels organitzadors encara es poden contactar, i seria positiu saber quines són les raons del tancament, i veure si podem estimar quina és la vida útil d'aquest tipus de clubs.

Veient el perfil de clubs virtuals d'aquest estudi, ens sembla que hi podria haver més diversitat. Deixant de banda els particulars, pràcticament només són creats per biblioteques públiques i universitats. Trobem a faltar altres agents com editorials, llibreries o museus. Seria interessant descobrir el perquè d'aquesta absència.

Uns altres clubs que hem trobat a faltar són els sincrònics. Caldria investigar si a Espanya n'ha existit algun anteriorment, i quina és la situació a altres països. Si podem detectar quins són els seus pros i contres respecte als asincrònics, tindrem dades que ens permetran adequar millor els clubs virtuals als nostres objectius.

Com s'ha comentat, el tema de la baixa participació és un dels que genera més angoixa. Tot i que hem fet algunes aportacions i hem formulat les nostres pròpies hipòtesis, encara cal fer molta feina. Hauríem d'identificar les causes del fenomen, i determinar si es pot evitar o no. Independentment de si és evitable, també seria positiu identificar pràctiques que augmentin tant el nombre com la rellevància dels comentaris dels participants.

Per últim, i relacionat amb aquest últim punt, caldria donar una llista de bones pràctiques per a l'avaluació dels clubs virtuals. En concret, seria necessari identificar quins indicadors són els més pertinents per veure quin impacte té el club sobre els participants. Així evitem que s'utilitzi com a únic indicador el nombre de comentaris.

En definitiva, en la recerca en l'àmbit dels clubs de lectura virtuals encara hi ha molta feina per fer, però trobem que és un tema interessant que pot donar molt de si. Creiem que amb aquest treball hem aportat informació rellevant que conforma un bon punt de partida tant per a la creació i avaluació de clubs virtuals, com per a futures investigacions.

7. Bibliografía

- Alcón Jiménez, M. P. (2013). El club de lectura de la biblioteca universitaria de Albacete: la experiencia de un club de lectura universitario. *RUIDERAE: Revista de Unidades de Información*, (3), 15 p. Recuperat de <https://revista.uclm.es/index.php/ruiderae/article/view/296>
- Álvarez Álvarez, C. (2016). Clubs de lectura: ¿Una práctica relevante hoy? *Información, cultura y sociedad*, (35), 91-106. Recuperat de <http://revistascientificas.filo.uba.ar/index.php/ICS/article/view/2512>
- AuYeung, C., Dalton, S., & Gornall, S. (2007). Book Buzz: Online 24/7: Virtual Reading Clubs and What We've Learned About Them. *Partnership: The Canadian Journal of Library and Information Practice and Research*, 2(2). <https://doi.org/10.21083/partnership.v2i2.237>
- Carreño, O. (2014). *Clubes de lectura: obra en movimiento* (2a edició). Barcelona: Editorial UOC.
- CONECTA. (2018). *Hábitos de lectura y compra de libros en España 2017*. Recuperat de <http://federacioneditores.org/img/documentos/HabitosLecturaCompraLibros2017.pdf>
- de Vaus, D. (2014). *Surveys in social research* (Sixth edit). New York: Routledge.
- Delmàs, M., Suriñach, E., & Lleal, J. (2019). Lectures 2.0: els clubs de lectura virtuals. *BiD: textos universitaris de biblioteconomia i documentació*.
- Elsayed, A. M. (2010). Arab online book clubs: A survey. *IFLA Journal*, 36(3), 235-250. <https://doi.org/10.1177/0340035210378864>
- Ferrándiz Soriano, J. U. (2013). Clubs de lectura virtuales: el modelo por videoconferencia. *Tejuelo: Revista de ANABAD Murcia*, (13), 26-35. Recuperat de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5215446>
- Galindo Lizaldre, B. (2007). Nace el Club Virtual de Lectura de «Diario de Navarra». *Tk*, (19), 61-64. Recuperat de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2509206>
- García Perea, R. (2018). *Manual del club de lectura: cómo crear y gestionar un club de lectura dinámico y perdurable* (1a edició). Córdoba: Berenice.
- Jais, N. 'Atifah B. M., & Mammi, H. binti K. (2017). Malaysia EBC: Malaysia e-book club. En *6th ICT International Student Project Conference (ICT-ISPC)* (p. 4). [New York]: IEEE. <https://doi.org/10.1109/ICT-ISPC.2017.8075324>
- Lagarde, J., & Winner, M. C. (2012). Level Up Book Club. *Knowledge Quest*, 41(2), 46-49.
- Moreno Mulas, M. A. (2017). La biblioteca pública y la lectura social. En *VIII Congreso Nacional de Bibliotecas Públicas: espacio físico y virtual* (p. 208-215). [Madrid]: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Gobierno de España. <https://doi.org/10.4438/030-17-004-6>
- Moreno Mulas, M. A., García-Rodríguez, A., & Gómez-Díaz, R. (2017). Conversando en la nube: cómo organizar un club de lectura virtual. *Revista General de Información y Documentación*, 27(1), 177-200. <https://doi.org/10.5209/RGID.56566>

- Nielsen, J. (2006). The 90-9-1 Rule for Participation Inequality in Social Media and Online Communities. Recuperat 24 març 2019, de <https://www.nngroup.com/articles/participation-inequality/>
- Ordás García, A., & Benito Blázquez, B. (2015, octubre). El club de lectura en la nube. Recuperat de <http://eprints.rclis.org/29061/>
- Pallarés Espinosa, S., & García Fernández, I. (2017). Lecturas enredadas, Club de lectura online: un proyecto de Asociación Inspira en colaboración con la Biblioteca para Jóvenes Cubit (Zaragoza). *Mi biblioteca: La revista del mundo bibliotecario*, (51), 62-71. Recuperat de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6189950>
- Pérez Juan, C. M. (2012). *Los libros electrónicos y los clubes de lectura en la nube*. Universidad de Salamanca. Recuperat de <http://hdl.handle.net/10366/121122>
- Scharber, C. (2009). Online Book Clubs: Bridges Between Old and New Literacies Practices. *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, 52(5), 433-437. <https://doi.org/10.1598/jaal.52.5.7>
- Scharber, C., Melrose, A., & Wurl, J. (2009). Online book clubs for preteens and teens. *Library Review*, 58(3), 176-195. <https://doi.org/10.1108/00242530910942036>
- Smith, J. M. (2018). Considerations for Summer Online Book Clubs. *Reading Teacher*, 72(5), 638-642. <https://doi.org/10.1002/trtr.1765>
- Starkey, N. (2005). Online Book-Clubbing Made Easy. *American Libraries*, 36(8), 50-51.
- TERMCAT Centre de Terminologia. (2014). Terminologia bàsica de l'administració electrònica i els processos. Recuperat 6 maig 2019, de <http://www.termcat.cat/ca/diccionaris-en-linia/170>
- TERMCAT Centre de Terminologia. (2019). Neoloteca. Recuperat 1 abril 2019, de <http://www.termcat.cat/ca/neoloteca>
- Torre, I. P. P. B. da. (2012). *Clubes virtuais de leitura: práticas e competências leitoras*. Universidade do Minho. Recuperat de <http://hdl.handle.net/1822/20800>
- Wyant, A., & Bowen, S. (2018). Incorporating Online and In-person Book Clubs into Sociology Courses. *Teaching Sociology*, 46(3), 262-273. <https://doi.org/10.1177/0092055X18777564>

8. Annexos

A1. Models de formulari

A1.1. Formulari per participants

Estudio sobre los clubes de lectura virtuales

Esta encuesta dura unos 3 minutos y está dirigida a los participantes de clubes de lecturas virtuales. Si usted no entra dentro de este perfil, por favor, no la responda.

Garantizamos el anonimato de los participantes de esta encuesta, y el hecho que participar en ella no les causará ningún perjuicio. La participación es voluntaria. Pulsando el botón de "enviar" del final del cuestionario, usted consiente en que usemos los datos para el estudio.

Los datos recogidos con esta encuesta servirán para elaborar un estudio sobre los clubes de lectura virtuales de España desde la perspectiva de sus participantes. Creemos que los resultados que obtengamos servirán para conocer mejor sus necesidades y mejorar la experiencia de los clubes virtuales.

El estudio es un Trabajo de Final de Grado del Grado en Información y Documentación de la Universidad de Barcelona. Si tiene cualquier duda sobre la encuesta o el estudio, puede escribir a **E-MAIL**

SIGUIENTE

Página 1 de 5

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Il·lustració 1. Pàgina 1 de l'enquesta dels participants. E-mail amagat per qüestions de privacitat

Estudio sobre los clubes de lectura virtuales

*Obligatorio

Relación con el club

¿Cuánto tiempo hace que es usted miembro de este club? *

- ☐ Menos de 1 año
- ☐ Entre 1 y 3 años
- ☐ Entre 4 y 6 años
- ☐ 7 años o más

¿Por qué se apuntó a este club? Puede marcar más de una respuesta. *

- ☐ Para descubrir libros nuevos
- ☐ Para crear hábito de lectura
- ☐ Para conocer otros lectores
- ☐ Para compartir opiniones sobre las lecturas
- ☐ Por curiosidad
- ☐ Otro: _____

Antes de entrar en este club ¿En qué actividades parecidas había participado? Puede marcar más de una respuesta. *

- ☐ No había participado nunca en una actividad parecida
- ☐ Otros clubes de lectura virtuales
- ☐ Clubes de lectura presenciales
- ☐ Otro: _____

ATRÁS

SIGUIENTE

Página 2 de 5

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Il·lustració 2. Pàgina 2 de l'enquesta dels participants

Estudio sobre los clubes de lectura virtuales

*Obligatorio

Hábitos de lectura

De media ¿cuántos libros acaba en un mes? Sean o no lecturas del club. *

	0	1	2	3	4	5	
No acaba 1 libro entero	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	5 o más

¿Cómo consigue usted las lecturas del club? Puede marcar más de una respuesta. *

- ☐ Ya las tenía
- ☐ Las compra
- ☐ Préstamo de la biblioteca
- ☐ Préstamo de otra persona
- ☐ Otro: _____

Indique con qué frecuencia realiza estas actividades del club de lectura virtual. *

	Casi nunca	Raramente	Frecuentemente	Casi siempre
Leer las lecturas escogidas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Leer los comentarios del moderador	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Leer los comentarios de los demás participantes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Escribir comentarios para dar su opinión	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ATRÁS

SIGUIENTE

Página 3 de 5

Il·lustració 3. Pàgina 3 de l'enquesta dels participants

Estudio sobre los clubes de lectura virtuales

*Obligatorio

Valoración del club

¿Cómo valora los siguientes aspectos del club? *

	Muy negativo	Negativo	Indiferente	Positivo	Muy positivo
Lecturas seleccionadas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Modo de selección de las lecturas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Plataforma virtual (blog, foro, red social, etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Participación de los demás miembros del club	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Trabajo del moderador u organizador	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

En general ¿qué nota le pondría al club? *

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Volvería a participar en este u otro club de lectura virtual? *

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ No lo sé

¿Le gustaría comentar algo más de su experiencia en el club de lectura virtual?

Tu respuesta

ATRÁS

SIGUIENTE

Página 4 de 5

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Il·lustració 4. Pàgina 4 de l'enquesta dels participants

Estudio sobre los clubes de lectura virtuales

*Obligatorio

Perfil de participante

Indique su edad. *

Elige ▼

Indique su sexo. *

☐ Mujer

☐ Hombre

☐ Otro

Indique su nacionalidad. *

☐ Española

☐ Otro: _____

En la actualidad ¿cual es su país de residencia? *

☐ España

☐ Otro: _____

¿Cuál ha sido el último nivel de estudios que ha terminado? *

☐ Ningún estudio terminado

☐ Educación primaria

☐ Educación secundaria

☐ Bachillerato o Formación Profesional de grado medio

☐ Estudios universitarios o Formación Profesional de grado superior

ATRÁS

ENVIAR

 Página 5 de 5

Il·lustració 5. Pàgina 5 de l'enquesta dels participants

A1.2. Formulari per organitzadors

Estudio sobre los clubes de lectura virtuales

Esta encuesta dura unos 3 minutos y está dirigida a los organizadores o moderadores de clubes de lecturas virtuales. Si usted no entra dentro de este perfil, por favor, no la responda.

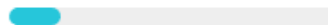
Garantizamos el anonimato de los participantes de esta encuesta, y el hecho que participar en ella no les causará ningún perjuicio. La participación es voluntaria. Pulsando el botón de "enviar" del final del cuestionario, usted consiente en que usemos los datos para el estudio.

Los datos recogidos con esta encuesta servirán para elaborar un estudio sobre los clubes de lectura virtuales de España desde la perspectiva de sus participantes. Creemos que los resultados que obtengamos servirán para conocer mejor sus necesidades y mejorar la experiencia de los clubes virtuales.

El estudio es un Trabajo de Final de Grado del Grado en Información y Documentación de la Universidad de Barcelona. Si tiene cualquier duda sobre la encuesta o el estudio, puede escribir a

E-MAIL

SIGUIENTE



Página 1 de 6

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Il·lustració 6. Pàgina 1 de l'enquesta dels organitzadors. E-mail amagat per qüestions de privacitat

Estudio sobre los clubes de lectura virtuales

*Obligatorio

Información general del club

¿Cómo se llama vuestro club de lectura virtual?

Tu respuesta

¿Cuántos miembros tiene actualmente? *

Tu respuesta

¿En qué año se creó? *

Tu respuesta

¿De qué institución depende este club? En caso de no depender de ninguna, por favor especifíquelo. *

Tu respuesta

ATRÁS

SIGUIENTE

Página 2 de 6

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Il·lustració 7. Pàgina 2 de l'enquesta dels organitzadors

Estudio sobre los clubes de lectura virtuales

*Obligatorio

Lecturas escogidas

Vuestro club ¿en qué tipo de lecturas o temas está especializado? *

- ☐ No está especializado, es un club de literatura general
- ☐ Novela negra
- ☐ Novela histórica
- ☐ Literatura infantil y/o juvenil
- ☐ Cómic
- ☐ Otro: _____

Aproximadamente ¿cuánto tiempo se da para leer las lecturas? *

- ☐ 2 semanas
- ☐ 1 mes
- ☐ 2 meses
- ☐ Otro: _____

¿Cómo se escogen las lecturas del club? Puede marcar más de una opción. *

- ☐ Las escoge el moderador
- ☐ Por votación
- ☐ Por sugerencia de los participantes
- ☐ Otro: _____

ATRÁS

SIGUIENTE

Página 3 de 6

Il·lustració 8. Pàgina 3 de l'enquesta dels organitzadors

Estudio sobre los clubes de lectura virtuales

*Obligatorio

Funcionamiento del club

¿Tiene un moderador (o varios)? *

- ☐ Sí, uno
- ☐ Sí, más de uno
- ☐ No

¿Qué plataforma virtual se utiliza? *

- ☐ Blog
- ☐ Foro
- ☐ Facebook
- ☐ Goodreads
- ☐ Otro: _____

¿Dispone de chat para el debate? *

- ☐ Sí
- ☐ No

ATRÁS

SIGUIENTE



Página 4 de 6

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Estudio sobre los clubes de lectura virtuales

*Obligatorio

Miembros del club

Los participantes ¿tienen que pagar para inscribirse? *

☐ Sí

☐ No

¿Hay algún tipo de restricción para inscribirse al club? Por ejemplo la edad, lugar de residencia o disponer de carné de biblioteca. *

☐ Sí. Por favor, responda la siguiente pregunta

☐ No, se acepta a cualquiera

En caso de responder afirmativamente a la pregunta anterior ¿qué restricciones se aplican?

Tu respuesta

A su parecer, y aproximadamente ¿qué porcentaje de los usuarios corresponde a estos perfiles? *

	0%	20%	40%	60%	80%	100%
Abandonos (ya no se conectan)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Consultan el contenido pero no participan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Participan esporádicamente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Participan habitualmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ATRÁS

SIGUIENTE

Página 5 de 6

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Estudio sobre los clubes de lectura virtuales


Comentarios

¿Quiere añadir algún comentario sobre el club de lectura virtual?

Tu respuesta

ATRÁS

ENVIAR

 Página 6 de 6

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Il·lustració 11. Pàgina 6 de l'enquesta dels organitzadors

A2. Nombre de respostes i índexs de participació

Clubs	Respostes dels participants	Respostes dels organitzadors	Total d'inscrits	Índex de participació
Club de lectura "Leyend@" UdG	5	1	415	1,20%
Club Alonso Quijano	26	1	57	45,61%
Club Letras Rojas	5	1	30	16,67%
Club Leolo, el domador de palabras	0	1	21	0,00%
Club El paraíso de los cómics	0	0	-	-
Club de Lectura Virtual Castilla y León	27	1	160	16,88%
Nos gusta leer UEx	0	1	79	0,00%
Club de lectura UCV	0	0	-	-
Ciberclub A Coruña	20	1	64	31,25%
Club de lectura UJI	10	1	33	30,30%
Club de Lectura UCO	13	1	232	5,60%
La mar de lecturas UMa	0	0	-	-
Club de Lectura de la Comunidad de Madrid	27	3 ²⁶	1616	1,67%
Grup de novel·la contemporània Biblioteca pública Lleida	3	1	93	3,23%
Signatura 400	2	1	216	0,93%
Club de Lectura Quelibroleo.com	4	1	267600	0,001%
Club de lectura para que los que no tienen tiempo	0	0	-	-
Club 12	5	1	12	41,67%
Qwerty Club de Lectura	13	1	18	72,22%
Grupo de lectura Ögügü	9	1	74	12,16%
TOTAL	169	18	270720	0,06%

Taula 16. Nombres de respostes i índexs de participació

²⁶ La Comunitat de Madrid té tres clubs de lectura virtuals. Els organitzadors han donat una resposta per a cada club, mentre que els participants han respost de manera indiferenciada.

